



Bogotá



Global Entrepreneurship Monitor
REPORTE ANUAL BOGOTÁ 2009-2010



Universidad de
los Andes
Facultad de Administración



CAMARA
DE COMERCIO DE BOGOTA

Por nuestra sociedad

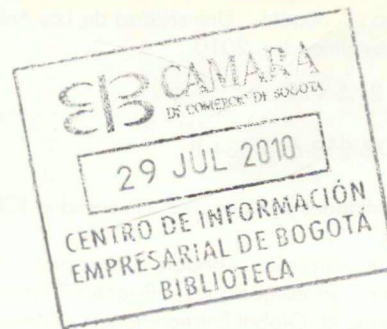
U3069
ej.1
2010

CCB-SALITRE



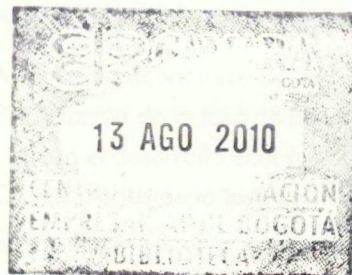
03911

658.11
E56g
2010g
E.1
Salitre
03911




Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE ANUAL BOGOTÁ 2009-2010



 **Universidad de los Andes**
Facultad de Administración


 **CAMARA**
DE COMERCIO DE BOGOTA
Por nuestra sociedad

 **Universidad de los Andes**

 **UNIVERSIDAD ICESI**

 **UNIVERSIDAD DEL NORTE**

 **Pontificia Universidad JAVERIANA**
Cali



GEM, Global Entrepreneurship Monitor : reporte anual Bogotá 2009-2010 / Rafael Augusto Vesga, Raúl Fernando Quiroga. -- Bogotá : Universidad de Los Andes, Facultad de Administración, Cámara de Comercio de Bogotá, Ediciones Uniandes, 2010.

96 p. ; 21,5 x 28 cm.

ISBN 978-958-695-534-8

Otras entidades participantes: Universidad ICESI, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana.

1. Nuevas empresas -- Bogotá (Colombia) -- Informes 2. Empresarios industriales -- Bogotá (Colombia) -- Informes 3. Empresas -- Investigaciones -- Bogotá (Colombia) -- Informes I. Vesga Fajardo, Rafael Augusto II. Quiroga Marín, Raúl Fernando III. Global Entrepreneurship Monitor (Programa) IV. Cámara de Comercio de Bogotá V. Universidad de los Andes (Colombia). Facultad de Administración.

CDD 658.11

SBUA



© 2010, Rafael Augusto Vesga (Universidad de los Andes); Raúl Fernando Quiroga (Universidad de los Andes).

© 2010, Universidad de los Andes, Facultad de Administración y Cámara de Comercio de Bogotá.

El **GEM** es un proyecto de investigación realizado por un consorcio internacional conformado en el 2009 por investigadores de 55 países de los cinco continentes. En Colombia, el informe **GEM** Bogotá se realiza bajo un convenio entre la Cámara de Comercio de Bogotá y la Universidad de los Andes.

La interpretación de los resultados del **GEM** Bogotá 2009-2010 es responsabilidad de los autores y no compromete el nombre de las instituciones patrocinadoras.

Instituciones patrocinadoras:

Cámara de Comercio de Bogotá

Universidad de los Andes, Facultad de Administración

ISBN: 978-958-695-534-8

Diseño de carátula: DDB Worldwide Colombia S.A.

Diseño de interior: Adriana Bermúdez

Corrección de estilo: Fernando Carretero

Coordinadora editorial: Piedad Salgado

Impreso por: LEGIS S.A.

Hecho en Colombia

Printed and made in Colombia

Julio de 2010

Todos los derechos son reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su todo ni en sus partes, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de la editorial.



Contenido

PRESENTACIÓN	5
INTRODUCCIÓN	7
I. METODOLOGÍA	11
A. Encuesta a la población adulta de 18 a 64 años de edad (<i>Adult Population Survey - APS</i>)	11
B. Encuesta a expertos nacionales (<i>National Expert Survey - NES</i>)	11
C. Fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países (<i>Secondary Variables - SV</i>)	12
II. PARTICIPACIÓN DE LOS PAÍSES EN EL AÑO 2009	13
III. EL RETO DE LA CIUDAD EMPRENDEDORA	15
A. Bogotá como ciudad emprendedora, el reto de la medición	16
B. Los esfuerzos de la Alcaldía de Bogotá y de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) para fomentar el emprendimiento	17
C. Los resultados de la medición GEM -Bogotá en 2009	17
D. La utilidad de GEM	24
IV. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN BOGOTÁ EN 2009	25
A. Entorno económico de Bogotá en el 2009	25
B. Relación de la tasa de actividad emprendedora (TEA) con el desarrollo económico	29
C. Resultados de la tasa de actividad emprendedora	31
V. ACTITUDES Y PERCEPCIONES DE LOS BOGOTANOS FRENTE A LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS	33
A. Percepción sobre una posible aventura empresarial	33
B. Percepción sobre la actitud de los medios de comunicación frente al emprendimiento	34
C. Redes con emprendedores de los bogotanos y colombianos	34
D. Temor al fracaso empresarial	35
E. Percepción de oportunidades	36





VI. PERFIL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	37
A. Actividad emprendedora por género	37
B. Motivaciones de necesidad y oportunidad	39
C. Edad	41
D. Nivel de educación	42
E. Nivel de ingresos	45
F. Antecedentes empresariales	48
VII. OTRAS CARACTERÍSTICAS DE LAS NUEVAS EMPRESAS	49
A. Nivel de formalidad	49
B. Sectores de actividad	51
C. Tecnología utilizada por las empresas nuevas y establecidas	52
D. Nivel de inversión requerido para la creación de empresas	54
VIII. IMPACTO DE LAS EMPRESAS NUEVAS Y ESTABLECIDAS	57
A. En la innovación (combinación mercado-producto nuevo)	57
B. Generación de empleo y expectativas de alto crecimiento	59
C. Exportaciones	61
IX. PROGRAMAS DE APOYO PARA EL EMPRENDIMIENTO EN BOGOTÁ	63
X. CONDICIONES GENERALES DEL ENTORNO EN QUE SE DESARROLLA LA CREACIÓN Y EL CRECIMIENTO DE LAS NUEVAS EMPRESAS EN BOGOTÁ	67
A. Análisis de la encuesta a expertos	67
B. Información detallada relacionada con las condiciones del entorno	68
XI. COMPARACIONES ENTRE BOGOTÁ Y OTRAS CIUDADES EN AMÉRICA LATINA Y EN EL MUNDO, SEGÚN LA METODOLOGÍA GEM	77
ANEXOS	85
Anexo 1. Ficha técnica de la encuesta para Bogotá	85
Anexo 2. Glosario de los principales términos e indicadores del Global Entrepreneurship Monitor - GEM -	86
Anexo 3. Actividades empresariales en las 55 economías GEM , 2009	87
Anexo 4. Equipos GEM Nacionales y Sub-nacionales 2009 – 2010	88
ACERCA DEL EQUIPO GEM BOGOTÁ	93
Universidad de los Andes, Facultad de Administración	93
Cámara de Comercio de Bogotá	94



Presentación

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (**GEM**) realiza mediciones del emprendimiento en Colombia desde el año 2006, siendo el **GEM** Colombia el resultado de una alianza en la cual participan la Universidad de los Andes de Bogotá, la Universidad Icesi de Cali, la Universidad Javeriana de Cali y la Universidad del Norte de Barranquilla. Hasta la fecha se han realizado cuatro mediciones del estado del emprendimiento en el país utilizando esta metodología, la cual permite comparar el avance del emprendimiento en Colombia con lo que está ocurriendo en otros 54 países donde se realiza el **GEM**.

El **GEM** Bogotá, pionero en América Latina, inaugura una nueva etapa para esta investigación no solamente en Colombia sino también a nivel internacional. Si bien el instrumento de investigación es idóneo para analizar el estado del emprendimiento en las localidades, solamente las ciudades de Shenzen y Hong Kong han realizado este estudio. La investigación realizada en Bogotá tiene una gran importancia desde este punto de vista, pues abre la puerta para que otras ciudades, tanto en Colombia como en otros países, realicen estudios similares. Cuantas más ciudades lo hagan, mayores posibilidades habrá para realizar comparaciones y profundizar el aprendizaje sobre la dinámica global del emprendimiento.

Este informe **GEM**-Bogotá 2009- 2010 presenta, aparte de los resultados del estudio para la ciudad, una comparación con un grupo de referencia de ciudades en el ámbito internacional, la cual ha sido posible gracias a la colaboración de los equipos **GEM** nacionales de Brasil, Ecuador, Chile y Venezuela.

Para el Equipo **GEM**-Bogotá, conformado por el Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende y la Dirección de Estudios e Investigaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, es un orgullo poner a disposición de todos los agentes del emprendimiento local y nacional este primer estudio **GEM** sobre emprendimiento en una ciudad, realizado en Colombia.

El informe de resultados del estudio **GEM**-Bogotá, editado y publicado por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, tiene el propósito de orientar las políticas y acciones públicas y privadas para promover el emprendimiento en Bogotá y en otras ciudades del país. El **GEM**-Bogotá, dirigido a autoridades, empresarios y organizaciones públicas y privadas, es un instrumento moderno validado internacionalmente muy útil en la medición y en el seguimiento del emprendimiento en la ciudad.

Equipo GEM-Bogotá



Global Entrepreneurship Monitor
REPORTE ANUAL BOGOTÁ 2009-2010



Introducción

Este informe presenta los resultados de aplicación del estudio Global Entrepreneurship Monitor (**GEM**) que se realizó en la ciudad de Bogotá por primera vez en el año 2009-2010. El proyecto **GEM**, liderado por un consorcio multinacional de investigación, tiene ya once años de trayectoria y con participación de 54 países en ese año. Su objetivo es monitorear la actividad emprendedora en el mundo y contribuir a profundizar el conocimiento sobre el proceso del emprendimiento y en torno a la actividad de creación de empresas y sus relaciones con el crecimiento económico, desde una perspectiva global.

El estudio GEM se enfoca en el logro de tres objetivos principales:

- Identificar las diferencias en los niveles de la actividad emprendedora entre los países participantes.
- Descubrir los factores que determinan los niveles nacionales y sub-nacionales de actividad emprendedora.
- Identificar políticas que puedan contribuir a aumentar el nivel de la actividad emprendedora.

El estudio **GEM**-Bogotá aplica un modelo conceptual desarrollado por la comunidad académica internacional que respalda el Global Entrepreneurship Monitor, el cual se basa en las mediciones anuales de **GEM** a lo largo del mundo. El modelo identifica una arquitectura de relaciones a través de las cuales el emprendimiento

surge en un país y se convierte en motor del desarrollo económico. Desde esta perspectiva, el emprendimiento es un fenómeno que opera simultáneamente en tres niveles: (1) del individuo; (2) de las empresas; y (3) el marco de las instituciones, la economía y las decisiones políticas dentro de una sociedad.

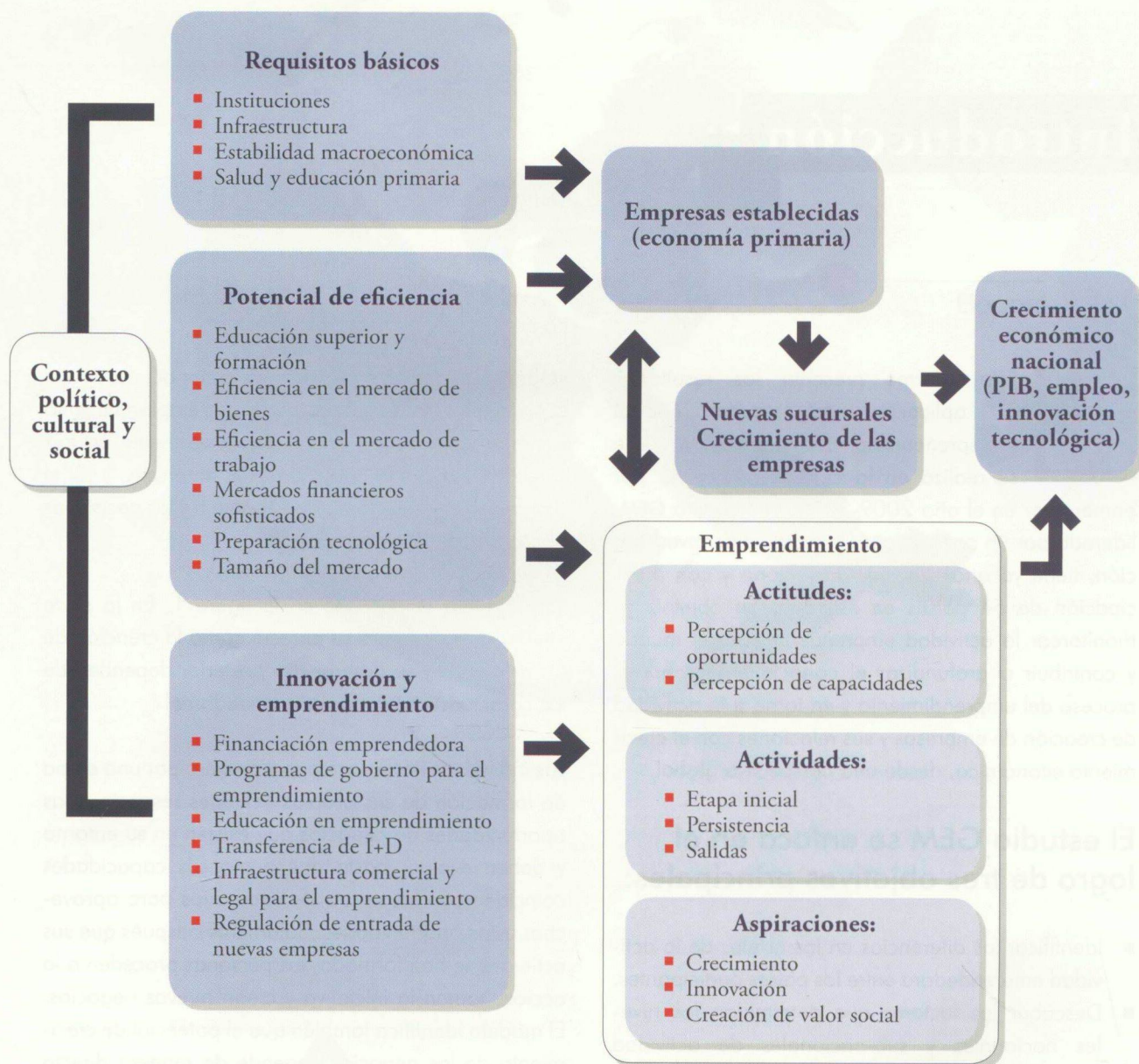
Este modelo se describe en la figura 1. En la parte inferior de esta figura se aprecia cómo la creación de las empresas y su desempeño posterior dependen de las características de los emprendedores.

Los individuos tienen que pasar primero por una etapa de formación de sus propias actitudes respecto a las oportunidades de negocios que existen en su entorno y deben evaluar hasta qué punto sus capacidades coinciden con los requisitos necesarios para aprovechar estas oportunidades. Solamente después que sus actitudes se han formado, las personas proceden a la acción, toman la iniciativa y crean nuevos negocios. El modelo identifica también que el potencial de crecimiento de los negocios depende de manera directa de las aspiraciones de los emprendedores que los fundan, pues solamente cuando los emprendedores entienden y aplican los principios fundamentales que rigen la innovación, el crecimiento y la creación de valor, surgen empresas con alto potencial de crecimiento. La combinación adecuada de actitudes, acciones y aspiraciones permite la creación de las empresas, su supervivencia y su posterior desarrollo, hasta convertirse en empresas establecidas.



Figura 1.

Modelo conceptual del GEM.





De otra parte, este fenómeno del emprendimiento está sujeto a la influencia de diversos factores en el nivel macro, donde se determinan unos requisitos básicos para el funcionamiento de las empresas. Esos requisitos se refieren a aspectos como las instituciones, la infraestructura y la estabilidad macroeconómica, junto a otros elementos que afectan el potencial de crecimiento y tienen que ver con la eficiencia en los distintos mercados de factores en un país, una región o una ciudad. La figura 1 permite apreciar también cómo las interacciones entre los niveles del individuo, las empresas y los factores macro determinan el impacto del fenómeno del emprendimiento sobre el crecimiento económico.

El foco de la evaluación que realiza **GEM** está en los individuos. En este aspecto fundamental, **GEM** se diferencia de la mayoría de estudios sobre las nuevas y pequeñas empresas¹, pues mientras otros analizan principalmente los elementos en el entorno macro o las características de los establecimientos de negocios, **GEM** se concentra en el comportamiento de los individuos dentro de los procesos de inicio y gestación de las empresas.

GEM entiende el emprendimiento y la creación de empresas como un proceso que tiene unas fases claramente establecidas (ver figura 2). La metodología identifica una primera fase, previa a la creación de empresas, en la que los individuos se revelan como

emprendedores potenciales, dotados en grados diferentes de los conocimientos y habilidades necesarios para emprender la creación de empresas.

En una segunda fase ocurre el nacimiento de la empresa. La metodología **GEM** identifica dos etapas específicas dentro de esta fase: (1) el emprendedor naciente da inicio a las acciones necesarias para crear la empresa, pero aún no se puede considerar que ésta se haya creado. La metodología establece un evento concreto que determina el nacimiento de la empresa, y ocurre cuando ésta ha pagado salarios durante tres meses; (2) (aún dentro de la misma fase, como se aprecia en el figura 2.), la empresa desarrolla su actividad hasta cumplir 42 meses de edad. Así, dentro de la metodología **GEM**, las personas involucradas en la cadena de eventos que va desde el momento en el que el individuo comienza a tomar acciones para crear la empresa, hasta el momento en que ha pagado salarios durante 42 meses, constituyen la base para calcular la tasa de actividad emprendedora (Total Entrepreneurial Activity), un concepto que se expresa en la figura 2.

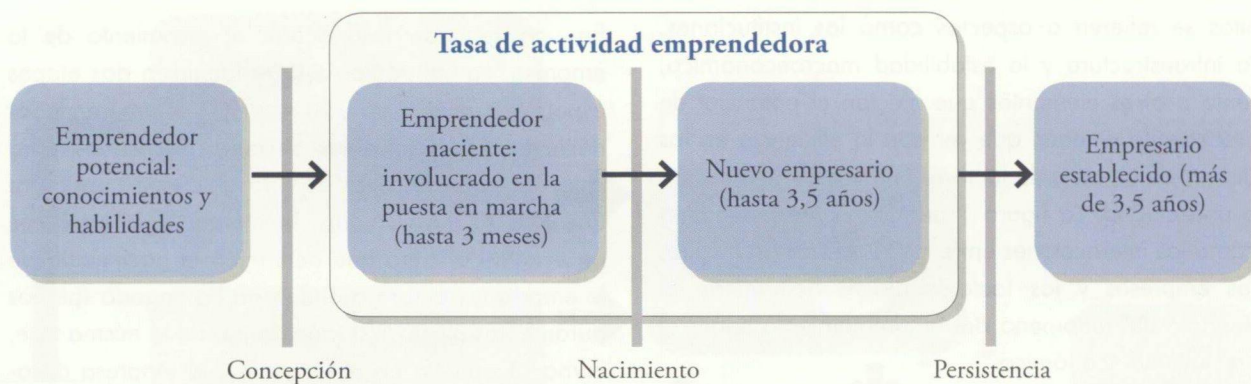
Una vez que la empresa ha pagado salarios durante 42 meses, el individuo deja de ser un empresario naciente para convertirse en un empresario establecido, dentro de la terminología utilizada por la metodología **GEM**.

¹ La Fundación Heritage realiza anualmente un foro sobre los distintos indicadores e índices que existen para medir el clima de los negocios, la competitividad y la propensión emprendedora a nivel mundial. En este foro intervienen investigadores vinculados al World Bank (Doing Business), al World Economic Forum (Global Competitiveness Report), al Global Entrepreneurship Research Association (Global Entrepreneurship Monitor) y a la Heritage Foundation (Index Economic Freedom). Más información disponible en: <http://www.heritage.org/press/events/ev061208a.cfm>.



Figura 2.

El proceso de creación de nuevas empresas y las definiciones operacionales del proyecto GEM.



Fuente: Reynolds et al. (2005)².

²

Reynolds, Bosma, Autio et al. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation, 1998-2003, *Small Business Economics* 24 ,3: 205-231.



I. Metodología

El estudio **GEM-Bogotá** utiliza tres fuentes de información para la elaboración de sus análisis:

A. Encuesta a la población adulta de 18 a 64 años de edad (*Adult Population Survey - APS*)

Esta incluye preguntas que recogen información acerca de los adultos que están en proceso de crear una empresa o son propietarios parciales o totales de alguna. Dentro de estos se consideran tres situaciones:

- a. **Emprendedores nacientes** (involucrados en la puesta en marcha de una empresa hasta tres meses), ya sea como autoempleados o en combinación con otro trabajo.
- b. **Nuevos empresarios** (que tienen entre tres y cuarenta y dos meses de funcionamiento³), ya sea como autoempleados o en combinación con otro trabajo.
- c. **Empresarios establecidos** (que tienen más de cuarenta y dos meses de funcionamiento), ya sea como autoempleados o en combinación con otro trabajo (ver figura 1).

Las dos primeras situaciones forman parte de la nueva actividad emprendedora, la última corresponde a empresarios establecidos o propietarios de empresas establecidas.

La encuesta en Bogotá fue realizada por el Centro Nacional de Consultoría (CNC), la misma entidad encargada de la ejecución de las encuestas correspondientes al estudio **GEM-Colombia**. Se aplicaron 2.000 encuestas telefónicas en Bogotá (el anexo 1 contiene la ficha técnica de esta encuesta).

B. Encuesta a expertos nacionales (*National Expert Survey - NES*)

Dentro de la metodología **GEM**, para evaluar las condiciones del entorno económico e institucional que rodea a la actividad emprendedora se recoge la opinión de expertos que conocen de cerca la evolución de las condiciones para la creación de empresas. Cada país realiza por lo menos 36 encuestas a estos expertos, escogidos con base en los siguientes temas: normas sociales y culturales, financiamiento, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, transferencia de investigación y desarrollo (I&D) y apertura del mercado interno. En

³ El Estudio GEM entiende por funcionamiento o puesta en marcha de la empresa al momento en el que se paga salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario o propietarios.



la elaboración del **GEM-Bogotá** se utilizaron 15 de las 36 encuestas que formaron parte del estudio del país en el año 2009.

La encuesta a expertos se compone de dos partes. La primera es una entrevista en la cual, durante 45 minutos, ellos expresan su opinión sobre los aspectos que limitan o favorecen la creación de empresa, y hacen recomendaciones para su fomento. La segunda parte es un cuestionario estructurado que se entrega a cada experto al final de la entrevista, el cual tiene un tiempo estimado de respuesta de 15 a 20 minutos y se divide en tres secciones.

En la primera sección se cubren aspectos como la valoración de la presencia de oportunidades para la creación de empresa, la capacidad de la población para crearlas, el reconocimiento social hacia los nuevos emprendedores, el desarrollo de la protección a la propiedad intelectual en el país y el apoyo nacional a la creación de empresa por mujeres. La segunda sección toma algunos de los temas de la

encuesta de la población adulta, con el fin de asegurar la comparación de las opiniones de los expertos con las opiniones de la población. Finalmente, la tercera sección hace un breve cubrimiento de aspectos socio-demográficos y características como género, edad, logros educacionales, especialización ocupacional y años de experiencia en creación de empresa.

C. Fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países (Secondary Variables - SV)

La metodología del **GEM** recurre también a datos que compila cada país, como tamaño de la población, nivel de ingresos, tasa de empleo/desempleo, rango educativo, gastos e inversión en I&D, infraestructura vial y nivel de competitividad. Las fuentes más consultadas son Banco Mundial, FMI, World Economic Forum (WEF), OCDE, ONU, USA Census, UE y Unesco. Todo el trabajo es supervisado y administrado por un equipo de coordinación central en Londres.





II. Participación de los países en el año 2009

En el año 2009, 54 países y dos ciudades (Bogotá y Shenzen⁴) participaron en el proyecto GEM.

Dentro del análisis global de GEM, los países se agrupan en tres etapas de desarrollo económico, utilizando un criterio que se ha desarrollado por el Reporte Global de Competitividad (GCR: Global Competitiveness Report) 2009-2010 del Foro Económico Mundial⁵. Estos grupos son: economías basadas en recursos, fundamentalmente centradas en actividades extractivas; economías basadas en la eficiencia, en las cuales la intensidad en la explotación de economías de escala es el principal impulsor del desarrollo; y economías basadas en la innovación, donde la generación permanente de nuevas formas de crear valor a partir de productos y servicios innovadores es la base del crecimiento económico. En términos generales, a medida que los países se

desarrollan, pasan de una fase a la siguiente en esta clasificación.

- **Economías impulsadas por los factores.** Arabia Saudita, Argelia, Franja de Gaza y Cisjordania, Guatemala, Jamaica, Líbano, Marruecos, Siria, Tonga, Uganda, Venezuela, Yemen.
- **Economías impulsadas por la eficiencia.** Argentina, Bosnia y Herzegovina, Bogotá*, Brasil, Chile, China, Colombia, Croacia, Ecuador, Hungría, Irán, Jordania, Letonia, Malasia, Panamá, Perú, República Dominicana, Rumanía, Rusia, Serbia, Shenzen*, Sudáfrica, Túnez, Uruguay.
- **Economías impulsadas por la innovación.** Alemania, Bélgica, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Noruega, República de Corea, Reino Unido.

⁴ Shenzen es una ciudad localizada en el sur de China, donde se fundó la primera zona especial de comercio (conocidas en Colombia como zonas francas) en 1980. Esta ciudad fue el centro piloto donde se experimentaron todas las actividades económicas, tecnológicas, financieras y marítimas del país. El interés de evaluar el impacto sobre el emprendimiento de estas políticas empresariales exitosas en fortalecimiento y crecimiento de industrias nuevas y maduras dan como resultado su inclusión en el estudio GEM 2009.

⁵ Sala-i-Martin, X et al. (2009). *Global Competitiveness Report 2009-2010*. Geneva: The World Economic Forum, Framework of the Global Competitiveness Network, p.9.



INTEC



III. El reto de la ciudad emprendedora

La importancia del emprendimiento en el desarrollo económico se reconoce hoy como una realidad, al punto que se habla de una economía global que ha hecho la transición del *capitalismo administrativo* al *capitalismo emprendedor* (Acs & Armington, 2006⁶; Audretsch et al, 2006⁷; Baumol et al., 2007⁸) donde las empresas se orientan hacia el dinamismo, el cambio permanente y la innovación. En forma paralela al reconocimiento de esta realidad, la mirada de los gobiernos, los académicos y los empresarios se ha ido desplazando hacia las ciudades y las regiones. Las iniciativas en el campo nacional son necesarias, pero las intervenciones en el nivel local son decisivas. Si en realidad se pretende movilizar la base productiva de una sociedad hacia una cultura de emprendimiento, es indispensable actuar allí donde ocurren realmente las principales interacciones entre individuos, empresas e instituciones: en las ciudades y en las regiones.

No es fácil definir qué es una ciudad o una región emprendedora, pero la mayoría de la gente puede reconocer una cuando la ve. El ejemplo clásico del Silicon Valley, en San José, California, invita a pensar en las características que todas las ciudades

empreendedoras quisieran desarrollar: aglomeraciones urbanas donde se ubica un gran número de empresas, donde muchas pequeñas firmas nacen todos los días y encuentran en el medio los recursos que necesitan para salir adelante; allí cuentan con talento humano para generar nuevos productos y servicios, con fondos de capital ansiosos de encontrar nuevas oportunidades para colocar los recursos de sus inversionistas, con consumidores exigentes que señalan el norte hacia dónde deben desarrollarse los nuevos productos, con universidades que generan nuevas propuestas, y con infraestructura sólida que permite planear y proyectarse a largo plazo, entre muchos otros factores. Tienen, además, las conexiones globales que permiten entender las tendencias mundiales, para buscar posiciones diferenciadas en un escenario competitivo que abarca todo el planeta (Saxenian, 1994⁹).

Es relativamente fácil convocar a una ciudad para que piense en este tipo de visión. Pocos estarían en desacuerdo respecto a una meta final que contenga estos elementos de progreso y bienestar. Es muy difícil, sin embargo, concretar estas ideas visionarias para que una gran ciudad logre articular los múltiples elementos implícitos el esfuerzo necesario para

⁶ Acs, Z & Armington, C. (2006). *Entrepreneurship, Geography, and American Economy Growth*. Cambridge: University Press.

⁷ Audretsch, D.B., Keilbach, M. C. & Lehmann, E.E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York: Oxford University Press.

⁸ Baumol, W.J., Litan, R.E. & Schramm, C.J. (2007). *Good Capitalism, Bad Capitalism*. New Haven: Yale University Press.

⁹ Saxenian, A. (1991). The Origins and Dynamics of Production Networks in Silicon Valley, *Research Policy* 20, 5: 423-437.





alcanzar estas metas, resuelva las contradicciones que paralizan las iniciativas, y movilice a su población hacia unas metas claras y compartidas en relación con el tipo de emprendimientos que quiere desarrollar y los recursos que está dispuesta a asignar para ese fin.

Bogotá quiere ser reconocida en el mundo como uno de los principales focos de creación de empresas en América Latina, capaz de ofrecer un entorno rico en recursos humanos, de capital y de conocimiento, y dotada de unas instituciones y una infraestructura fuertes que soporten al proyecto. Este entorno les permitirá a sus habitantes aprovechar al máximo su propio potencial como creadores de empresas generadoras de bienestar para ellos y para la sociedad.

A. Bogotá como ciudad emprendedora, el reto de la medición

Así, un gran reto para quienes buscan impulsar una agenda de desarrollo emprendedor es construir una visión sintética e inspiradora sobre el futuro, capaz de convocar a los actores centrales en la ciudad y, al mismo tiempo, manejar un modelo mental del problema que a su vez respete su complejidad, identifique los puntos donde es urgente actuar y permita verificar los avances y retrocesos, a medida que pasa el tiempo.

En el caso de Bogotá, el reto de avanzar hacia la meta de convertirse en una ciudad emprendedora tiene implicaciones de una complejidad extraordinaria. Una ciudad de más de 7 millones de habitantes, en un país en desarrollo, posee una gigantesca población caracterizada por bajos niveles de educación e ingresos. La ciudad emprendedora debería ofrecer soluciones para esta población, pero definitivamente tiene que trabajar al mismo tiempo en emprendimientos de largo alcance, dirigidos por individuos altamente educados, con su mirada puesta en la competitividad internacional. Surgen, entonces, múltiples preguntas en el camino: ¿cuál es el tipo de empresas que debemos crear? ¿cómo trabajar en educación e ingresos y en emprendimiento de largo alcance al mismo tiempo? ¿cómo desarrollar un sistema de análisis que fije la

mirada en la meta que se busca para el grueso de la población, pero al mismo tiempo permita seguir atentamente lo que ocurre con quienes se encuentran en los extremos de la distribución? ¿cómo construir una percepción unificada entre los actores del problema, que les permita a todos entender dónde están los dilemas centrales y dónde son más valiosos los esfuerzos de cada uno?

Dada la compleja agenda del desarrollo emprendedor, los países y las ciudades en el mundo cuentan hoy con tres grandes instrumentos o estudios para monitorear su progreso y comparar sus casos individuales con referentes internacionales.

El primer instrumento son las mediciones de competitividad país y competitividad regional como las que realiza el Foro Económico Global de Davos, Suiza, que se materializan cada año en el Informe de Competitividad Global que produce esa entidad. Este informe se presenta anualmente y cubre 133 países y se enfoca en la identificación de los factores que determinan la competitividad, como el desarrollo de la infraestructura, la disponibilidad de talento humano y las relaciones entre gobierno, empresas y universidades para el desarrollo de tecnología, entre muchos otros. Lamentablemente, el informe no produce información para ciudades; sin embargo, ha servido como estándar para generar informes de competitividad en regiones y ciudades. De hecho, la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) hace un seguimiento sobre estas variables y utiliza en su evaluación la información primaria que producen entidades como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y también información que procesan organizaciones como la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el Departamento de Nacional de Planeación (DNP) y la revista América Economía, la cual realiza un estudio anual sobre las condiciones para hacer negocios en las ciudades más grandes de América Latina.

El segundo instrumento, a nivel global, es el estudio *Doing Business* que focaliza su atención sobre la evolución de las regulaciones que afectan la creación de empresas y la marcha de los negocios. Este informe, realizado anualmente en 183 países (en un



esfuerzo concertado desde el Banco Mundial), se ha convertido en el estándar global para hacerles seguimiento a las condiciones institucionales y regulatorias que afectan el desarrollo de los negocios. El *Doing Business* se efectúa en diferentes ciudades de Colombia, incluida Bogotá, y la coordinación técnica del informe la realiza la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, mientras que la CCB contribuye a la divulgación de esta información y la integra en sus estrategias para el desarrollo de la ciudad emprendedora.

Finalmente, el tercer gran instrumento que se utiliza hoy en el mundo para hacerles seguimiento a la dinámica del emprendimiento y su contribución a la competitividad es el Global Entrepreneurship Monitor (**GEM**). Este estudio, que cumple en 2010 una década de existencia, se realiza en la actualidad en 54 países y es el único estudio global que tiene un foco específico: la dinámica del emprendimiento. El estudio **GEM** es el resultado del análisis efectuado por un amplio grupo de académicos en el ámbito internacional, quienes se han ocupado de recoger los principales avances conceptuales en las teorías del emprendimiento y desarrollar, con éstos, un instrumento que mida la dinámica del emprendimiento en una sociedad.

Estas tres grandes fuentes de información son complementarias y esbozan un cuadro general en el cual es posible identificar las múltiples fuerzas que afectan el desarrollo del emprendimiento. En este contexto, la realización del estudio **GEM**- Bogotá se convierte en una herramienta de alto valor que se suma a la batería de instrumentos con los que cuenta la ciudad en su tarea de convertirse en una ciudad emprendedora, más aún cuando el **GEM** permite que todo el análisis se centre en los individuos y en su relación con el entorno, diferencia significativa con otros estudios sobre creación de empresas, clima de negocios y competitividad regional y nacional, que se enfocan en los establecimientos o las instituciones, pero no en la acción propia de las personas.

B. Los esfuerzos de la Alcaldía de Bogotá y de la CCB para fomentar el emprendimiento

Buscando responder a la necesidad de la ciudad de lograr una oferta institucional sólida, capaz de responder a la demanda por servicios de emprendimiento y consolidar un desarrollo empresarial, la Alcaldía de Bogotá y la CCB, enmarcados por la Política Nacional de Emprendimiento, reglamentada en la Ley 1014 de 2006, crearon el programa Bogotá Emprende en este año. Esta estrategia busca como objetivo principal brindar servicios de calidad y oportunidad para la creación, formalización, crecimiento y consolidación de empresas sostenibles que contribuyan a generar empleo y desarrollo económico para mejorar la calidad de vida de los bogotanos y bogotanas. Con el fin de lograrlo, el Centro de Emprendimiento brinda información, conocimiento, asesoría y acompañamiento a los emprendedores y empresarios para crear y formalizar empresas, además de buscar su crecimiento y consolidación.

En sus primeros tres años de creación, el Centro de Emprendimiento ha apoyado a más de 912.000 emprendedores y emprendedoras y ha acompañado la creación de más de 7.300 empresas, muchas de ellas reflejadas seguramente en esta medición.

C. Los resultados de la medición GEM-Bogotá en 2009

Desde su inicio, el informe **GEM** ha tomado a los países como la unidad básica de análisis. Con la excepción de las ciudades de Shenzhen y Hong Kong, en China, y de diferentes unidades regionales en España y en el Reino Unido, los estudios efectuados hasta ahora reflejan procesos de país. Sin embargo, el estudio **GEM** tiene un potencial extraordinario para seguir de cerca las dinámicas que se desarrollan en las ciudades.





La metodología parte de una detallada encuesta aplicada a personas individuales (no a establecimientos), en la cual se indaga por las percepciones y actitudes del individuo frente al emprendimiento, sus actividades en la creación de empresas y su capacidad para infundir en la empresa un nivel alto de aspiraciones, que le permitan a ésta convertirse en un actor diferenciado en un mercado competitivo. Así, se logra una mirada rica en detalles sobre cada una de las fases del desarrollo de las nuevas empresas.

En el período 2009-2010, la ciudad de Bogotá inició el estudio **GEM**, en colaboración con la CCB y la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, el cual arroja una primera radiografía del emprendimiento en la ciudad según la metodología **GEM**, y sus resultados para Bogotá se presentan en este informe.

El emprendimiento encierra una complejidad particular, pues es un fenómeno que ocurre simultáneamente en tres niveles, los cuales deben operar en forma integrada en una ciudad emprendedora: el nivel básico de los individuos, el nivel intermedio de las empresas y el nivel macro donde se definen los factores del entorno. El emprendimiento es, pues, una actitud de las personas, una cultura, una capacidad central de las empresas y una característica del entorno competitivo en las ciudades y los países. Estos tres niveles tienen que funcionar en forma sincronizada, dado que cada uno de ellos se alimenta de la acción de los otros.

El gran valor que tiene el estudio **GEM** está en que les permite a los países, las regiones y las ciudades examinar lo que está ocurriendo con el emprendimiento en cada uno de los tres niveles y luego comparar esa información con todas los demás países y ciudades del mundo donde se realiza el estudio.

GEM aplica una encuesta que debe ser respondida por 1.200 personas como mínimo, en la cual se toma información sobre sus actitudes, percepciones y acciones como individuos en relación con la creación de empresas. Por otra parte, **GEM** realiza una entrevista estructurada con expertos en emprendimiento, en el área donde se efectúa el estudio, donde recoge información sobre la marcha de políticas, programas e iniciativas públicas y privadas que influyen en las condiciones que enfrentan los emprendedores. El resultado es un panorama amplio y detallado sobre lo que está ocurriendo en cada uno de los niveles del problema. Cuando el estudio se hace anualmente, es posible realizar un seguimiento que permite entender cómo evolucionan a lo largo del tiempo los factores más fuertes y más débiles que afectan la creación de empresas. Adicionalmente, a medida que se acumula información en el tiempo, es factible efectuar también estudios econométricos sofisticados que permiten identificar con mayor detalle la influencia de los diferentes factores en el resultado total.

La figura 1 resume los principales resultados del estudio **GEM** Bogotá 2009-2010. Cuando se menciona en esta figura que Bogotá es “fuerte” o “débil” en un factor específico, está hablándose siempre en términos relativos a otras ciudades y otros países donde se lleva a cabo el estudio. En otras palabras, puede ocurrir que Bogotá aparezca en la figura con una fortaleza en un tema concreto, aunque la ciudad esté lejos todavía de las metas que debería lograr en esa materia o que ella misma se ha trazado, si resulta que, en la comparación con otros, los indicadores muestran un desempeño superior de la ciudad. Así, el hecho de reconocer fortalezas relativas en la figura no significa que se pueda bajar la guardia en el trabajo que está llevándose a cabo. Significa, simplemente, que en la comparación con otros Bogotá presenta niveles relativamente fuertes en estos factores.



Figura 3.1

Síntesis de los principales resultados del estudio GEM-Bogotá 2009.

	Factores a favor	Factores en contra
Individuo	<ul style="list-style-type: none">Alta intención de crear empresa en los siguientes tres años.Bajo temor al fracaso.Alta percepción de oportunidades de negocios por parte de las personas.Alta valoración de las capacidades propias para el emprendimiento.Alta aceptación de los emprendedores por parte de la sociedad.	<ul style="list-style-type: none">Baja participación en redes sociales que permitan a los individuos conocer emprendedores exitosos y aprender de ellos.Baja participación de las mujeres, particularmente en emprendimientos de alta calidad.
Empresa	<ul style="list-style-type: none">Alta participación del emprendimiento motivado por Oportunidad.Altos niveles de aspiraciones en las empresas nuevas: expectativas de creación de empleo, productos diferenciados, uso de tecnología reciente.Conexión entre el nivel educativo y la búsqueda de emprendimiento por Oportunidad.Mayor envergadura de los emprendimientos que en el resto del país, de acuerdo con los montos de inversión identificados.Formalización de empresas más alta que en el resto del país.	<ul style="list-style-type: none">Sesgo hacia el emprendimiento motivado por la Necesidad entre los más jóvenes y también entre los mayores.Baja participación de empresarios establecidos en el total, en comparación con otras ciudades de Colombia y América Latina.
Instituciones y Factores Macro	<ul style="list-style-type: none">Programas fuertes y conocidos de formación en emprendimiento.Adecuado acceso a servicios básicos para las empresas (agua, electricidad, etc).	<ul style="list-style-type: none">Crecientes mecanismos de financiamiento, pero son aún insuficientes.Bajo desarrollo y transferencia de tecnología.Bajo conocimiento de las implicaciones de la propiedad intelectual en la estrategia empresarial.Bajo uso de internet en las estrategias empresariales.Relativamente baja capacidad de impacto de los programas e iniciativas destinados a desarrollar el emprendimiento en las mujeres.



La figura muestra cómo, en el nivel de los individuos, Bogotá posee varias fortalezas relevantes en cuanto al conocimiento que tienen los ciudadanos respecto al emprendimiento y a sus propias capacidades para convertirse en emprendedores.

En comparación con el resto de Colombia y también con lo que ocurre en otras ciudades de América Latina, los bogotanos y bogotanas perciben oportunidades de negocios con alta frecuencia. En una muestra de 18 ciudades del mundo, en las cuales se realizó **GEM** en diferentes años, Bogotá aparece como la ciudad donde un porcentaje más alto de los encuestados afirma que ha identificado oportunidades de negocios que podrían ejecutarse en el curso de los seis meses siguientes. Al mismo tiempo, los habitantes de Bogotá aparecen en esta comparación en los niveles más altos en cuanto a la forma como evalúan sus propias capacidades para hacer empresa. En estos indicadores, Bogotá muestra también unos niveles más altos que los obtenidos por el resto de Colombia.

Por otra parte, la ciudad se destaca en que sus habitantes perciben que el emprendimiento es una opción de vida válida como carrera profesional y goza de alta aceptación por la sociedad. Así, respecto a las actitudes hacia la creación de empresa y las percepciones sobre las propias capacidades, los bogotanos y bogotanas ocupan lugares sobresalientes en la comparación global. Este hecho implica que en el camino de desarrollo hacia la ciudad emprendedora, una gran parte del terreno se ha ganado ya en la mente de los potenciales emprendedores. En otros lugares del mundo, la primera tarea en la agenda es informar a la población sobre las ideas más básicas respecto al emprendimiento y lograr aceptación en la premisa de que se trata de una actividad positiva para las personas y para la sociedad. De allí, deben realizar otra tarea: convencer a los individuos de que pueden ser exitosos como emprendedores. En Bogotá y en Colombia, la gran mayoría de la población cree que tiene ideas valiosas para fundamentar sus emprendimientos y también estima que puede realizarlas.

En el nivel de los individuos, sin embargo, el informe **GEM** muestra algunos aspectos en los cuales la ciudad

resulta particularmente débil en las comparaciones, tanto nacionales como internacionales.

Un factor poco desarrollado en Bogotá es la participación de los ciudadanos y ciudadanas en redes sociales relacionadas con emprendimiento. El estudio les pregunta a los encuestados si conocen personalmente a algún emprendedor. Este interrogante permite aproximarse a la brecha que puede existir entre las percepciones y actitudes de las personas sobre el emprendimiento y las acciones efectivas que iniciarían esas mismas personas para desarrollar sus proyectos de emprendimiento. Estudios internacionales han mostrado que el hecho de conocer otros emprendedores favorece el desarrollo de proyectos de emprendimiento, dado que el contacto con emprendedores reales refuerza la motivación vía el ejemplo. Además, la cercanía a otros emprendedores indica una participación en redes sociales a través de las cuales el emprendedor puede hacerse a recursos de diferente índole (conocimiento, talento, contactos con clientes potenciales, soluciones a problemas comunes, etcétera).

Otro factor, en Bogotá, es la baja participación de las mujeres en proyectos de emprendimiento. Los resultados del **GEM** indican que, en comparación con las otras ciudades latinoamericanas analizadas, Bogotá tiene la mayor participación de hombres frente a mujeres dentro de las personas que se dedican al emprendimiento. Este resultado sorprende un poco, si se tiene en cuenta que en la ciudad existen instituciones que apoyan y estimulan el emprendimiento en las mujeres. Sin embargo, los resultados de la encuesta general confirman la baja participación de las mujeres como emprendedoras.

En las empresas, el estudio identifica varias fortalezas de Bogotá en el contexto de Colombia y también de América Latina.

El estudio **GEM** establece una distinción entre los emprendimientos que nacieron de la oportunidad y los motivados por la necesidad. Mientras el emprendimiento de oportunidad se origina en el reconocimiento de una posibilidad de negocio que tiene





buenas perspectivas de crecimiento y puede generar mejores ingresos que los que disfruta el emprendedor en el momento original, el emprendimiento por necesidad ocurre como una respuesta a las limitadas posibilidades de generación de ingreso que enfrentan las personas. Por este motivo, el emprendimiento por oportunidad se asocia a niveles más altos de calidad y posibilidades de crecimiento de los proyectos; en cambio, el emprendimiento por necesidad se asocia frecuentemente a soluciones de autoempleo, que tienen escasas posibilidades de crecimiento.

De acuerdo con el estudio, Bogotá presenta niveles de emprendimiento por oportunidad mayores que los que se aprecian en el resto del país y en las ciudades examinadas en el ámbito internacional. De hecho, la capital presenta el nivel más alto de emprendimientos motivados por la oportunidad en las 18 ciudades internacionales analizadas.

Bogotá también se destaca en las variables relacionadas con el nivel de aspiraciones de los emprendimientos dentro del estudio **GEM**. La encuesta recoge información sobre la forma como los emprendedores evalúan su propio producto o servicio en relación con la novedad que éste presenta en el mercado, en torno a sus expectativas de generación de empleo después de cinco años, y también sobre el uso de tecnologías recientes. Este conjunto de preguntas arroja una información reveladora que se relaciona con el nivel del impacto que los emprendedores esperan que sus empresas causen en el medio en que se mueven.

Los emprendedores bogotanos se destacan del resto de Colombia y también frente a los de las otras ciudades latinoamericanas analizadas en este conjunto de variables. Esto indicaría que el ambiente de negocios de la ciudad es relativamente más exigente que otros y, por ende, que los emprendedores bogotanos están acostumbrados a la obligación de proponer novedades al mercado como condición para sobrevivir y salir adelante.

Otras variables en el nivel de las empresas presentan unos desempeños destacados para Bogotá en comparación con el resto del país. Por ejemplo,

parece más clara la relación entre el crecimiento de los niveles educativos y el crecimiento de la calidad de los emprendimientos. Esto tiene lógica, pues en la medida en que el emprendimiento de oportunidad es más importante en Bogotá que en otras partes, el diviendo de contar con mayores niveles de educación debería ser más claro a la hora de desarrollar estos emprendimientos.

Por otra parte, en comparación con el resto de Colombia, los emprendimientos en Bogotá tienden a ser de mayor envergadura, de acuerdo con los montos requeridos para iniciar. El promedio de capital necesario utilizado para montar una empresa en Bogotá es mayor que en el resto del país.

Finalmente, es muy importante anotar que los emprendedores bogotanos tienden a formalizar sus empresas en una proporción más alta que los del resto de Colombia. Esto es cierto tanto para los emprendedores que han formado su empresa recientemente, como para los empresarios establecidos que llevan varios años de trayectoria. Este resultado probablemente se debe tanto a las exigentes condiciones de la competencia en Bogotá a las que se ha hecho referencia, como a los programas que vienen realizándose desde la CCB y la Alcaldía Mayor de Bogotá para estimular a los emprendedores a formalizar su actividad.

En cuanto a los puntos negativos del emprendimiento en Bogotá, en el nivel de las empresas, el estudio **GEM** arroja una información que vale la pena destacar. Si bien el emprendimiento de oportunidad es una de las fortalezas de la ciudad, el emprendimiento por necesidad tiene de todas formas una presencia importante, en particular en la población más joven y también en la población de mayor edad. Este es un asunto al cual habrá que prestarle atención.

Entre los jóvenes, aún hace falta llevar con mayor fuerza los programas de capacitación a esta población, que también es la que se ve más afectada por las altas tasas de desempleo que azotan al país. En la medida en que los jóvenes buscan en el emprendimiento una salida al desempleo, hay que asegurar



que se provean de los elementos necesarios para involucrarse en emprendimientos de la mayor calidad posible, motivados por la oportunidad. Si un joven o una joven se convierten en emprendedor o emprendedora y comienza a ganarse la vida con proyectos de baja calidad, tenderá a mantenerse en estos emprendimientos durante períodos largos y probablemente durante toda su vida. Por este motivo, debe enfatizarse en la necesidad de reforzar el soporte para que los jóvenes desarrollen proyectos de emprendimiento de alta calidad.

Por su parte, entre la población de los niveles más altos de la distribución de edades, el emprendimiento por necesidad probablemente refleja las dificultades que enfrentan las personas para encontrar empleo, una vez han cumplido 45 años. Si una persona de esa edad declara que está desarrollando un emprendimiento por necesidad, probablemente se trate de alguien que no logró conseguir empleo y recurre al emprendimiento como una solución de autoempleo, en un proyecto de baja calidad. Es muy importante para la sociedad ir más a fondo en este fenómeno, puesto que allí se podría estar desperdiciando el talento de personas que acumularon experiencia en el sector productivo y tienen capacidades, pero que no logran encontrar un sitio en el mercado laboral. En la medida en que estas personas consagren sus energías a emprendimientos de baja calidad, la sociedad entera está perjudicándose, pues estaría desperdiciándose un capital humano que ha tardado años en desarrollarse.

De otro lado, el estudio **GEM** muestra una debilidad relativa muy importante para Bogotá en el nivel de sus empresas establecidas. Las cifras muestran que los empresarios establecidos (aquellos cuya empresa ha cumplido más de tres años y medio desde el momento de la puesta en marcha de su negocio) tienen una participación inferior en la ciudad que en el resto del país (7,7% frente a 11,9%), y también más baja que en varias de las ciudades latinoamericanas examinadas. Aunque la diferencia en términos de puntos porcentuales en la comparación es pequeña, en el estudio **GEM** suele ser más importante prestar atención a los resultados que se presentan en forma consistente en

las comparaciones, que a las diferencias absolutas que puedan registrarse en un momento dado. En este porcentaje de empresas establecidas se involucra aquellas empresas que operan desde la formalidad y aquellas que no lo hacen, al igual que sucede con el análisis de la tasa de empresas establecidas para el país. En valores absolutos, Bogotá cuenta con la mayor participación de las empresas establecidas en el país.

Este porcentaje relativamente bajo de empresarios establecidos en la ciudad es un hallazgo que merece atención en el futuro. Este resultado no necesariamente refleja factores negativos dentro del ambiente de negocios de la ciudad. Por ejemplo, dado que los emprendimientos de mayor calidad son más frecuentes, y las actitudes de las personas también se inclinan más hacia el emprendimiento que en otras partes, probablemente las condiciones de la competencia sean más exigentes en Bogotá que en otros lugares. Si esta afirmación es verdadera, esa característica de la ciudad podría estar asociada a unas tasas de mortalidad empresarial más altas que en otras ciudades. Sin embargo, esta explicación es, en este momento, apenas una hipótesis y podría haber otros argumentos que den razón del comportamiento observado. Es necesario, hacia el futuro, ahondar en el análisis de este tema.

En el nivel macro y de las instituciones, finalmente, la encuesta general que forma parte del estudio **GEM** identifica una proporción relativamente alta de la población que conoce algún programa de emprendimiento, pues casi el 30 % de la población adulta de Bogotá tiene en su mente algún programa relacionado con esa materia. Eso significa que cerca de 1,5 millones de personas saben de la existencia de algún programa enfocado al desarrollo del emprendimiento y puede mencionar su nombre. Considerando que la mayoría de los programas son relativamente jóvenes y se iniciaron en la presente década, estos porcentajes de reconocimiento pueden considerarse relativamente altos y se convierten en una de las fortalezas de Bogotá en este aspecto. Probablemente, los resultados que muestran a Bogotá como una ciudad donde la conciencia del emprendimiento es alta y donde los ciudadanos perciben que tienen



capacidades para el emprendimiento se deba, en gran medida, a la presencia y al efecto multiplicador de estos programas.

Por otra parte, las encuestas a expertos que forman parte del estudio **GEM** permiten identificar también varios factores que inciden en el desarrollo del emprendimiento en la ciudad. Cabe anotar que, en el nivel de macro y de las instituciones, los hacedores de política cuentan con otras herramientas alternativas para afinar su conocimiento sobre el desarrollo del emprendimiento, y la información que suministra **GEM** complementa esas fuentes con las opiniones recolectadas de los expertos. En particular, los informes sobre competitividad y evolución de las regulaciones asociadas a la creación y al desarrollo de los negocios (*Doing Business*) arrojan abundante información sobre lo que ocurre en este nivel.

La encuesta a expertos desarrollada como parte de **GEM** ofrece, en general, una visión crítica de las circunstancias que rodean el desarrollo del emprendimiento en la ciudad. La metodología les pide a los expertos que califiquen una serie de factores, siendo 5 la mejor evaluación posible y 1 la peor. Estos encuentran que la ciudad registra grandes debilidades en todo lo que se refiere al suministro de fuentes de financiación para la creación de empresas. En este campo, la encuesta les pide que califiquen seis variables diferentes y las calificaciones fluctúan entre 1,4 y 2,5 sobre 5. Los expertos encuentran debilidades en todas las distintas fuentes posibles de financiación para emprendimiento, desde los recursos propios hasta la financiación bancaria y el suministro de capital de riesgo.

Otra gran debilidad, según los expertos, es el desarrollo y transferencia de nuevas tecnologías. La encuesta general entre la población adulta encontró una fortaleza relativa de Bogotá en tecnología, en la medida en que el número de empresas que utiliza tecnologías de menos de cinco años de edad es más alto que en el resto de Colombia y que en otras ciudades latinoamericanas. Sin embargo, los expertos consultados consideran que a la hora de desarrollar y apropiar nuevas tecnologías, el entorno en Bogotá es

muy difícil para los empresarios, pues no hay apoyos suficientes para que ellos apropien este aspecto. Por otra parte, los científicos y técnicos que pueden tener nuevas tecnologías tampoco encuentran mecanismos expeditos para desarrollarlas como productos y llevarlas al mercado.

Otras áreas en las cuales los expertos identifican debilidades como: la escasez de talento humano calificado y con la experiencia necesaria para conducir empresas con éxito; los mecanismos de protección de la propiedad intelectual. Por otra parte, los expertos hacen evaluaciones relativamente más favorables en algunos frentes. Por ejemplo, el acceso de las empresas a los servicios públicos, incluyendo telecomunicaciones, recibe calificaciones relativamente altas de los expertos (entre 3 y 4 sobre 5). Este suministro de servicios podría considerarse un factor que no añade ventaja, sino que apenas le permite a la ciudad participar en la competencia por el talento de los emprendedores; sin embargo, es un aspecto importante valorado por los propios emprendedores y que hace relativamente pocos años no estaba suficientemente desarrollado en la ciudad.

Los expertos califican favorablemente los programas que existen en la ciudad orientados al desarrollo de la capacidad emprendedora de las mujeres. Parecería que esta opinión de los expertos contradice los resultados de la encuesta general, según la cual el emprendimiento en Bogotá se caracteriza por una participación apreciablemente baja de las mujeres. Los dos resultados no son necesariamente contradictorios. Los programas de fomento del emprendimiento en las mujeres se crearon, precisamente, al reconocer que su situación como emprendedoras era desfavorable. Estos programas podrían tener alta calidad, pero el problema puede tener una magnitud y una inercia muy grandes, porque no han logrado revertir la baja participación de la mujer en proyectos de emprendimiento. La percepción de los expertos sobre la calidad de los programas, que presumiblemente se deriva de un conocimiento relativamente cercano a ellos, puede ser acertada. El mensaje de los dos componentes del estudio **GEM** es que habría que redoblar esfuerzos para cambiar las tendencias de largo plazo en este frente.



D. La utilidad de GEM

Un proyecto de ciudad emprendedora exige que los actores centrales (gobierno, empresas, entidades sin ánimo de lucro, universidades y otros) adopten una postura activa, creativa y generadora de propuestas. La idea de ciudad emprendedora representa un quiebre frente a concepciones del pasado. Hasta hace algo más de una década, las propuestas para la solución de los problemas de las ciudades solían pasar por pedirles a los gobiernos locales más actividad en cuanto al suministro de recursos. Para resolver los problemas de las áreas marginadas, por ejemplo, siempre se invocaba un mayor suministro de recursos. Hoy, esa perspectiva se ha modificado. Aunque en el contexto global en el que se mueven las ciudades siempre se requieren recursos, la solución de los grandes problemas pasa por el desarrollo de actividades relacionadas con el emprendimiento.

Las ciudades son cada vez más unos factores que facilitan y empoderan a los distintos actores involucrados en los problemas, incluyendo a las empresas y a las organizaciones público-privadas. La cultura emprendedora, cuya importancia se reconoce desde

hace tiempo en el mundo de las empresas, hoy forma parte de la discusión global sobre cómo resolver los grandes problemas de las ciudades.

En este contexto, un proyecto de ciudad emprendedora exige contar con información actualizada sobre el desarrollo de los temas relevantes para el emprendimiento. El proyecto **GEM**, que se adelanta por primera vez en el año 2009-2010, en colaboración con la CCB y la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, tiene como objetivo contribuir a llenar un importante vacío de información que existe en la ciudad respecto al desarrollo del emprendimiento y, en particular, a las características de la actividad emprendedora de los ciudadanos y ciudadanas, desde la formación de sus actitudes hacia los emprendimientos y la percepción de oportunidades, hasta la gestación de sus empresas y su sostenimiento en el tiempo.

Aspiramos a que, con el paso del tiempo, el informe **GEM** se convierta en un recurso indispensable para quienes están interesados en el desarrollo de un proyecto de ciudad emprendedora en Bogotá.





IV. Actividad emprendedora en Bogotá en 2009

El modelo **GEM** estudia la nueva dinámica emprendedora a partir de los conceptos de la tasa de actividad emprendedora (TEA) y la tasa de empresarios establecidos en la población. En este capítulo se presenta, además del entorno económico de Bogotá en el 2009, la relación de la TEA con el nivel de desarrollo de los países y los resultados para Bogotá y Colombia en los indicadores enunciados.

A. Entorno económico de Bogotá en el 2009

Bogotá ha ganado reconocimiento nacional e internacional entre las ciudades de América Latina como un destino importante para ubicar actividades productivas, vivir y hacer negocios. La ciudad ha permanecido dentro de las diez mejores ciudades latinoamericanas según la percepción de los ejecutivos, quienes son las personas a las que se les consulta en el instrumento de medición. Este ha sido el resultado de un esfuerzo que desde hace más de diez años vienen haciendo tanto el sector público como el privado, en la planeación estratégica a largo plazo de la ciudad.

La tabla 4.1 muestra los resultados del 2010 (para el año 2009) sobre el estudio realizado por la revista América Economía de las “Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina”.

A pesar de que Bogotá cuenta con una de las economías más grandes y estables de América Latina -es la sexta ciudad en tamaño de la región con una población de 7,5 millones de habitantes que concentra el 17% de la población colombiana, su producto interno bruto asciende a US\$ 66.754 millones, superando el PIB de algunas ciudades de América Latina como Monterrey, Brasilia, Caracas, Quito, Lima y Montevideo, el crecimiento económico de Bogotá fue en promedio anual del 2002 al 2008 de 5,5%- aún no presenta los mejores resultados respecto a las otras ciudades de la región.

Por ejemplo, al compararla con el resto de ciudades de Latinoamérica, Bogotá presenta uno de los PIB per cápita más bajos, sólo por encima de Lima dentro de la lista de las 10 principales ciudades para hacer negocios. Igualmente, Bogotá presenta, junto a Santiago y Miami, las tasas más altas de desempleo.





Tabla 4.1.

Las mejores ciudades para hacer negocios en Latinoamérica.

Posición	País	Ciudad	Indicadores macroeconómicos por ciudad				Dimensiones ICUR 2010								
			Población 2009 (millones de habitantes)	PIB per cápita en 2009 (dólares)	Desempleo 2009	No. habitantes por cajero automático 2009	Marco social y político	Marco y dinamismo económico	Servicios a empresas	Servicios a ejecutivos	Infraestructura y conectividad física	Capital humano	Sostenibilidad ambiental	Poder de marca	ICUR 2010
1	Estados Unidos	Miami	5,5	38.535	11,7%	307	91,3	97,3	100	100	100	84,4	82,5	91,7	100
2	Chile	Santiago	5,7	8.758	11,6%	3.934	100	93,1	67,4	68,2	50,3	93	90,9	100	90,9
3	Brasil	Sao Paulo	21,2	12.628	9,6%	2.090	71,9	100	76,9	66,7	61,7	85,4	86,1	94,5	88,5
4	México	Ciudad de México	19,9	10.645	6,9%	4.925	72,9	82,8	65,4	70,6	62,5	100	87,8	87	83,8
5	Brasil	Rio de Janeiro	12,5	8.792	6,4%	2.493	75,3	82	62,5	67,7	35	69,9	85	90,6	77,7
6	Argentina	Buenos Aires	12,9	10.494	7,1%	7.211	68,3	72,9	67,7	72,3	48,1	71,5	80,4	93,6	77,1
7	Panamá	Ciudad de Panamá	1,8	7.472	7%	4.086	81,5	77,5	63,3	58	49	48,2	90,4	85	75,2
8	Colombia	Bogotá	7,3	5.637	11%	2.168	66,3	78,1	53,1	58,8	42,9	65,9	93,7	91,8	74,5
9	Costa Rica	San José	1,6	7.121	4,9%	11.093	96,7	75	50,1	60,4	36,8	79,5	100	56,9	73,9
10	Perú	Lima	9	3.613	8,4%	9.424	73,1	75,8	52	59,4	40,6	48,6	87,4	93,4	72,7

Fuente: Revista Américaeconomía 2009.

Respecto a las dimensiones construidas por el Índice de Competitividad Urbana (ICUR), se pueden apreciar algunas áreas en las que la ciudad no muestra los mejores resultados. Por ejemplo, en el marco social y político, los ejecutivos consideran que Bogotá presenta el peor comportamiento en relación con las otras 9 ciudades del *ranking*, resultado que va muy de la mano con factores como el desempleo, referenciado anteriormente, la inseguridad y la inestabilidad política. Del mismo modo, los servicios para las empresas y los ejecutivos no presentan indicadores sobresalientes. Aspectos como el costo de la instalación y el régimen de los negocios, la calidad y grado de diversificación de los servicios bancarios y el costo y calidad de vida, servicios educativos, hospitalarios y hoteleros para los ejecutivos, inciden directamente para que la Bogotá empresarial no obtenga los resultados esperados. Respecto al capital humano, la ciudad registra resultados muy lejanos a los obtenidos por las principales ciudades de América Latina. Uno de los factores que impiden el mejor comportamiento del capital humano en la ciudad, es la poca integración de la formación universitaria vinculada a los negocios con el capital de innovación.

Un aspecto importante que arrojó buenos resultados para la ciudad fue la sustentabilidad ambiental. Factores como la menor contaminación de CO₂, y la aún no extendida aglomeración ciudadana (que sí se presenta en ciudades como Sao Paulo, Ciudad de México, Rio de Janeiro y Buenos Aires) contribuyen a obtener un índice destacable en el aspecto ambiental.

Otros factores importantes, por los que Bogotá se destaca en Colombia y en América Latina, son en su modelo de cooperación público privada, reconocido como “buena práctica” por algunas entidades internacionales como el BID y la CAF, gracias al cual se han logrado los importantes avances en competitividad, emprendimiento y atracción de inversión.

Desde el punto de vista geográfico, la ubicación de Bogotá, así como las conexiones aéreas, hacen de la ciudad un lugar ideal para hacer negocios. Además, Bogotá tiene en su aeropuerto internacional una de las terminales aéreas con mayor actividad en Suramérica: el segundo en movimiento de pasajeros y el tercero en volumen de carga. La terminal aérea goza de una localización estratégica en el ámbito mundial, a



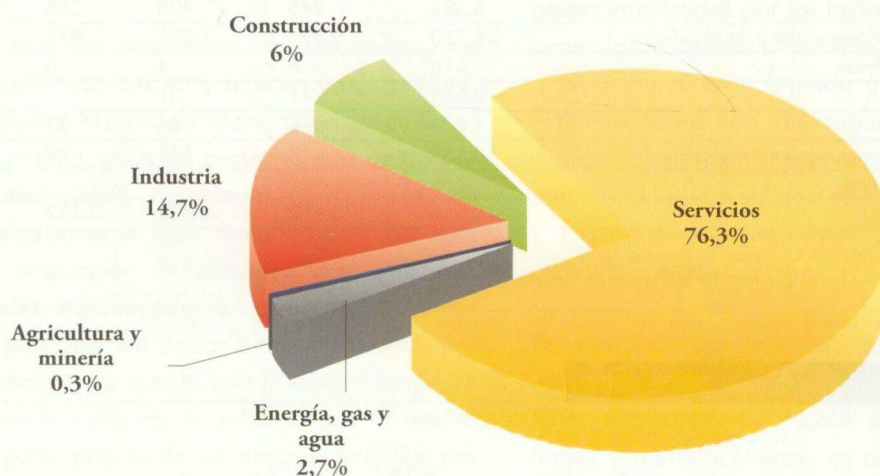
menos de seis horas por avión de cualquier capital del continente y a menos de nueve horas de las principales ciudades del mundo.

La estructura económica y empresarial de Bogotá se ha fortalecido y hoy tiene el mayor número de empresas de Colombia, con más de 248.000, el 21% de las empresas del país (ver tabla 4.2). Y al igual que ocurre en las principales ciudades del mundo, como Nueva York, Tokio, Madrid, Barcelona o Sao Paulo, Bogotá se consolida cada día como una ciudad de servicios (ver gráfico 4.1).

El balance del comportamiento empresarial de Bogotá durante el 2009 fue positivo de acuerdo con las cifras del Registro mercantil de la Cámara de Comercio: en primer lugar, se crearon más de 49.000 nuevas empresas; en segundo lugar, la inversión empresarial registró resultados favorables y el valor de los activos de las empresas en 2009 llegó a \$260 billones; en tercer lugar, se crearon 200 sociedades extranjeras, con lo que el total de este tipo de empresas localizadas en la ciudad llegó a 1.080 y, por último, se redujo el número de empresas que se cerraron (canceladas o liquidadas) de 17.000 empresas en el 2008 a 16.000 en 2009.

Gráfico 4.1.

Estructura productiva de Bogotá en el 2008, según las empresas formalmente constituidas.



Fuente: Secretaría de Hacienda Distrital.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá.

El proceso de internacionalización ha contribuido a posicionar a Bogotá-Cundinamarca como la región más atractiva para la inversión extranjera del país. En el 2000, la inversión extranjera en la ciudad apenas llegaba a US\$ 87 millones y el 2009 fue de US\$ 1.785 millones (74% del total) (ver gráfico 4.2). Aumentar la inversión extranjera y consolidar a la ciudad como destino atractivo son objetivos que han venido lográndose.

Hoy la ciudad se consolida como plataforma más atractiva para la inversión extranjera directa y la localización de medianas y grandes empresas: como se

mencionó anteriormente en el 2009 la cifra llegó a 1.080 empresas extranjeras. Un gran aporte a este esfuerzo ha sido el que ha realizado Invest in Bogotá, la agencia de promoción de inversiones creada conjuntamente por la CCB y la Alcaldía Mayor para apoyar a los inversionistas nacionales y extranjeros que deseen localizarse o expandir sus negocios en la ciudad y su área de influencia. Los resultados así lo confirman, pues la agencia ha sido calificada por el Banco Mundial como la mejor agencia regional de los países en vías de desarrollo y la número 16 entre 216 agencias del mundo. A través de la agencia se





han identificado sectores con potencial para invertir en la ciudad: Artículos médicos, BPO/ Servicios compartidos, Contact Centers, Autopartes, Turismo, Cosméticos, Farmacéuticos, Tecnologías de la información, Mantenimiento de aeronaves, Servicios de

salud, Servicios de educación, Servicios petroleros y mineros, Producción audiovisual, Productos electrónicos, Industria gráfica y editorial, Productos agrícolas frescos y procesados, Hierbas aromáticas, aceites esenciales, y otros ingredientes naturales.

Tabla 4.2.

Caracterización de las empresas formalmente constituidas en Bogotá en el 2009.

Empresas matriculadas y renovadas en Bogotá según actividad económica y tamaño, 2009

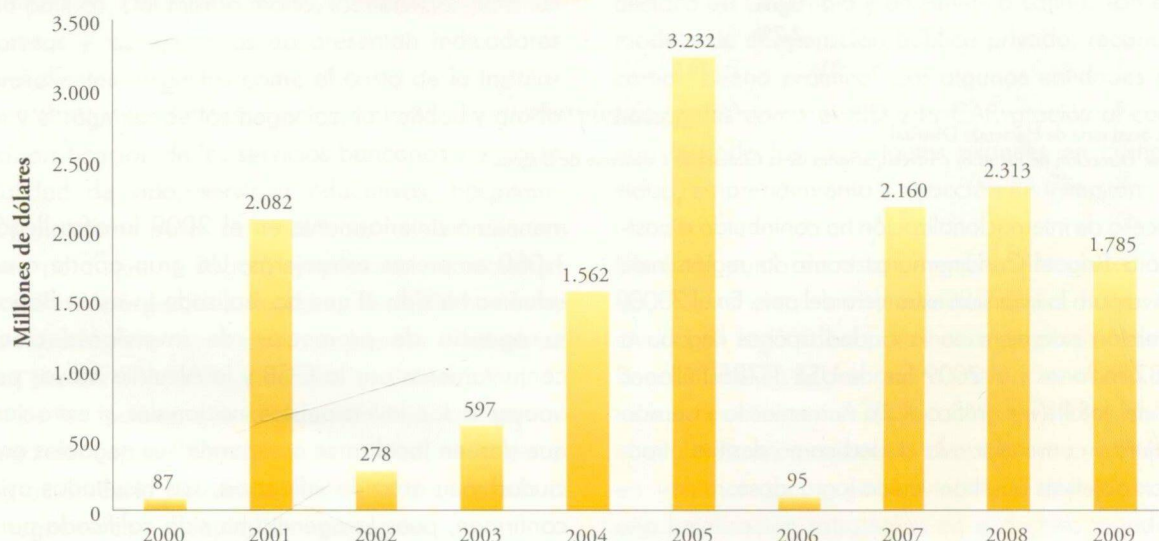
Actividad económica	MICROEMPRESAS	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	Total
Agricultura	2.386	1.002	416	87	3.891
Pesca	55	10	2	-	67
Explotación de minas y canteras	825	277	174	134	1.410
Industrias manufactureras	31.483	4.154	1.049	409	37.095
Suministro de electricidad, gas y agua	258	49	33	25	365
Construcción	10.993	2.276	843	227	14.339
Comercio y reparación de vehículos automotores	83.092	7.596	1.637	444	92.769
Hoteles y restaurantes	18.450	442	94	28	19.014
Transporte,almacenamiento y comunicaciones	11.982	1.609	421	151	14.163
Intermediación financiera	6.584	945	403	288	8.220
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	29.720	5.895	1.325	327	37.267
Administración pública y defensa	116	6	4	6	132
Educación	2.544	241	31	-	2.816
Servicios sociales y de salud	4.575	526	86	27	5.214
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales	10.588	443	111	39	11.181
Hogares con servicio doméstico	5	1	-	-	6
Total	213.656	25.472	6.629	2.192	247.949

Fuente: Registro Mercantil. Cámara de Comercio de Bogotá, 2009.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Gráfico 4.2.

Flujos de inversión extranjera en Bogotá, 2000 – 2009.



Fuente: Banco de la República.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.



B. Relación de la tasa de actividad emprendedora (TEA) con el desarrollo económico

El impacto de la actividad emprendedora sobre la economía depende de la fase de desarrollo económico en que se encuentra cada país.

El estudio **GEM** ha identificado que en aquellos países o regiones con niveles de desarrollo económico bajos, las tasas de emprendimiento motivado por necesidad son altas. En otras palabras, muchas personas acuden al emprendimiento porque no consiguen empleo y tienen que crear sus propios negocios para subsistir. Estos emprendimientos tienden a ser formas de autoempleo y conforman empresas de bajas aspiraciones de crecimiento.

A medida que las economías se desarrollan, los sectores productivos crecen y ofrecen más oportunidades de empleo. El costo de oportunidad del emprendimiento aumenta, pues las personas que optan por crear empresa deben abandonar posibilidades de empleos relativamente bien remunerados. Por este motivo, la proporción de personas que participan en actividades emprendedoras disminuye. Al mismo tiempo, la participación de los emprendimientos por necesidad disminuye, puesto que la obtención de un empleo permite asegurar la subsistencia. Al mismo tiempo, la participación de los emprendimientos por oportunidad aumenta, pues los individuos que se deciden a crear empresa probablemente tienen más experiencia en el mundo laboral y solo se deciden a hacerlo cuando han evaluado que la creación de empresa puede generarles mejores ingresos a largo plazo que un empleo.

Finalmente, en los países que han alcanzado niveles elevados de desarrollo económico, la proporción de la población que participa en actividades relacionadas con la creación de empresas puede volver a incrementarse. Aunque la gran mayoría de la fuerza de trabajo es absorbida por las empresas en el sistema productivo, en estas economías se abre espacio de nuevo para el emprendimiento, esta vez con un alto componente de elementos innovadores y

alta productividad. De esta manera, la relación entre los niveles de desarrollo económico de los países y los niveles de su actividad emprendedora genera un patrón en forma de "U" (ver gráfico 4.3).

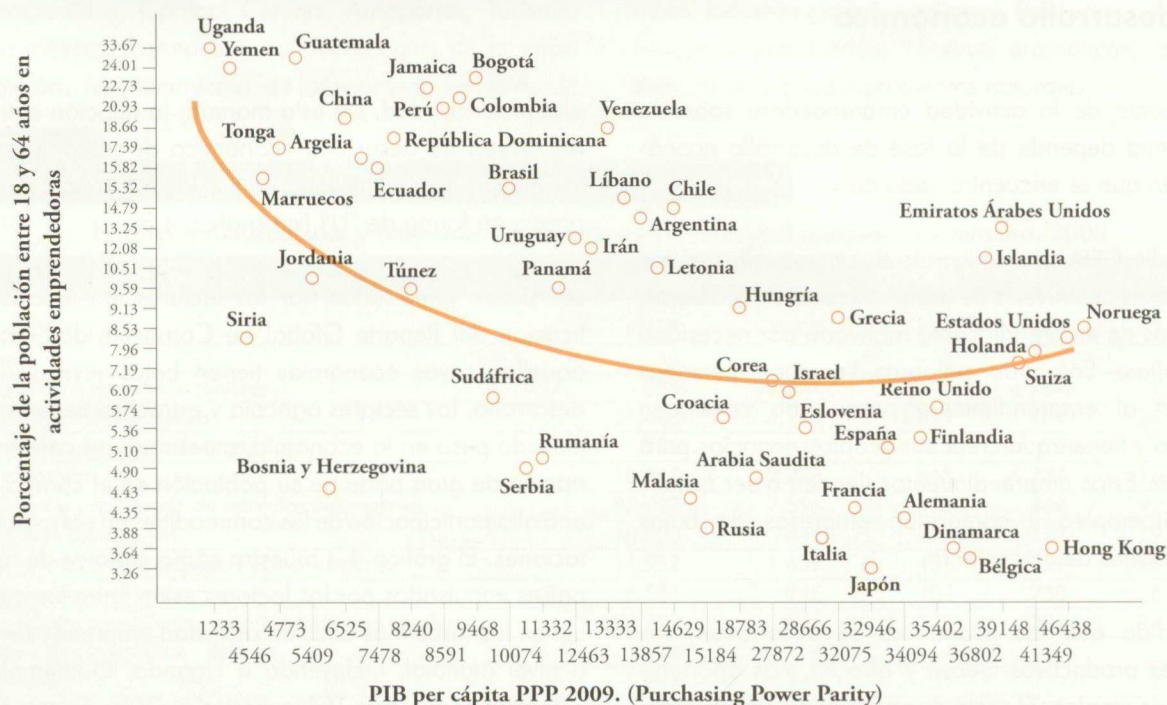
Los países impulsados por los factores (en la clasificación del Reporte Global de Competitividad) son aquellos cuyas economías tienen bajos niveles de desarrollo, los sectores agrícola y extractivo tienen un elevado peso en la economía, muestran una concentración de gran parte de su población en el campo y una alta participación de los commodities en sus exportaciones. El gráfico 4.3 muestra cómo algunos de los países impulsados por los factores están entre los que tienen las tasas más altas de actividad emprendedora a nivel mundial, incluyendo a Uganda, Guatemala y Yemen, todos con TEA superior al 20%. Como se explicó anteriormente, este resultado se debe, en gran medida, a la baja calidad de los empleos disponibles y a la necesidad que tienen las personas de buscar mecanismos de supervivencia.

Por otro lado, en los países que basan su desarrollo en las ganancias en eficiencia y se caracterizan por tener economías de escala en sus sectores industriales y manufactureros, es posible encontrar tasas de actividad emprendedora altas, con diferentes combinaciones de emprendimiento por necesidad y oportunidad. En estos países, el apoyo institucional es importante y se orienta a lograr sectores dinámicos e industriales con algún grado de sofisticación, mercados laborales e instituciones financieras eficientes, aunque no siempre este apoyo logra los mejores resultados. Colombia, país catalogado dentro de esta categoría, presentó en el 2009 una tasa de actividad emprendedora del 22,57%, que muestra una leve disminución respecto al año 2008 (24,52%). Por su parte, Bogotá, en su primer año de medición, presenta una tasa de actividad emprendedora un poco por encima de la del país, situándose en un 22,85%. Aunque Bogotá registra indicadores de PIB per cápita y TEA superiores a los de Colombia, desde una perspectiva amplia,



Gráfico 4.3.

PIB per cápita de los países y tasa de actividad emprendedora (TEA), 2009.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

aparece que su comportamiento es bastante similar al del país y en el gráfico 4.3 aparece en una posición contigua a la de Colombia.

El gráfico 4.3 muestra cómo entre los países de niveles altos de desarrollo, con niveles de ingreso superiores a US\$ 25.000 mil (PIB per cápita), hay dos tipos de situaciones. Por una parte, existe un grupo de países, como Bélgica, Alemania y Japón, que presentan tejidos empresariales de poca flexibilidad, tienen un alto número de empresas de gran tamaño que absorbe el grueso de la oferta de trabajo y exhiben bajas tasas de actividad emprendedora. Entre tanto, otras economías desarrolladas, como Estados Unidos y Noruega, cuentan con un mayor dinamismo y registran mayores tasas de nueva actividad empresarial, con una amplia heterogeneidad del tamaño de inicio de sus empresas y, además, presentan altos niveles de emprendimiento por oportunidad.

Asimismo, los países de América Latina se sitúan al lado izquierdo en la parte alta (bajo ingreso per cápita, alto nivel de TEA) y, en particular, los países andinos tienen unos niveles de TEA muy elevados. Entre tanto, los países de Europa oriental y Asia Central tienen tasas relativamente bajas de actividad emprendedora, aunque cuentan con niveles de PIB per cápita similares a los de América Latina.

Este perfil de la curva en "U" es solamente un patrón general de comportamiento. Al examinar los casos particulares de los países, se encuentran comportamientos individuales que ocasionalmente se alejan de ese patrón. Hay condiciones nacionales que desempeñan un papel determinante en la tasa de actividad emprendedora, como la demografía, la cultura y las características institucionales (Swedberg, 2000¹⁰; Verheul et al, 2002¹¹; Wennekers, 2006¹²).

¹⁰ Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship: A Social Science View*. Oxford: Oxford University Press.

¹¹ Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. & Thurik, A.R. (2002). An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture. In: Audretsch, D.B., Thurik, A.R., Verheul, I., Wennekers A.R.M. (eds.). *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*. MA: Kluwer. pp. 11-18.

¹² Wennekers, S. (2006). *Entrepreneurship at Country Level. Economic and Non-economic Determinants*. Rotterdam, Netherland: Erasmus Research Institute of Management (ERIM).



C. Resultados de la tasa de actividad emprendedora

El resultado de la tasa de actividad emprendedora en Bogotá aparece en la tabla 4.3. De acuerdo con la investigación realizada en la ciudad, el porcentaje de la población que en el año 2009 estaba involucrado en la creación de una empresa y se hallaba en algún momento entre el inicio de las actividades asociadas a su fundación y los primeros 42 meses de actividad después de haber comenzado a pagar salarios llegaba a 22,85%. Esta tasa es ligeramente más alta que la registrada en el país en el mismo año, la cual llegó a 22,38%. De acuerdo con este estimativo, el número de bogotanos que estaban involucrados en la creación de una empresa en el momento en que se realizó la encuesta se aproximaba a 717.882 personas. Cuando se analizan las iniciativas que se han convertido exitosamente a nuevos negocios, la tasa de estos nuevos empresarios es de 8,7%, tal como lo muestra el gráfico 4.4. Si se realiza el mismo ejercicio de estimativo sobre la población en Bogotá entre los 18 y 64 años, aproximadamente 267.046 empresas iniciaron actividades en Bogotá en los últimos 36 meses. Ahora bien, si a esta cifra se le aplica el porcentaje de formalidad

de las nuevas empresas en Bogotá que está alrededor del 25%, el número de empresas formales que se han creado en los últimos dos años y medio en Bogotá es aproximadamente de 70.000 empresas.

La distribución de estos emprendedores a lo largo de las distintas etapas asociadas a la creación de una empresa, de acuerdo con la metodología GEM, aparece en el gráfico 4.4. Este gráfico muestra los porcentajes de emprendedores en Bogotá, Colombia y también Colombia sin Bogotá, a lo largo de este camino empresarial.

El perfil del emprendimiento en Bogotá se diferencia del correspondiente al resto del país en dos etapas importantes del proceso: la de los emprendedores nacientes y la de los empresarios establecidos. Así, mientras los porcentajes de población involucrados en la fase de emprendedores potenciales son muy similares en Bogotá y en el resto del país, en la fase siguiente, el empresario naciente, Bogotá tiene un porcentaje mayor, cerca de 15% frente al 14% correspondiente al resto de Colombia. Y en el caso de los

Tabla 4.3.

Población involucrada en nuevas iniciativas empresariales en Bogotá y Colombia.

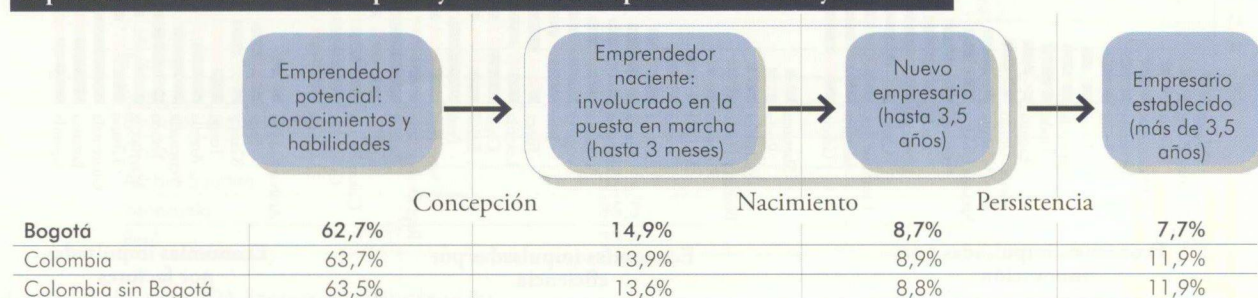
TEA por población en Bogotá y Colombia

	Población entre 18 y 64 años	TEA (%)	Población entre 18 y 64 años involucrados en nuevas actividades empresariales
Bogotá	3.141.717	22,85	717.882
Colombia	27.386.280	22,38	6.129.049

Fuente: DANE y GEM Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 4.4.

El proceso de creación de nuevas empresas y las definiciones operacionales del Proyecto GEM.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



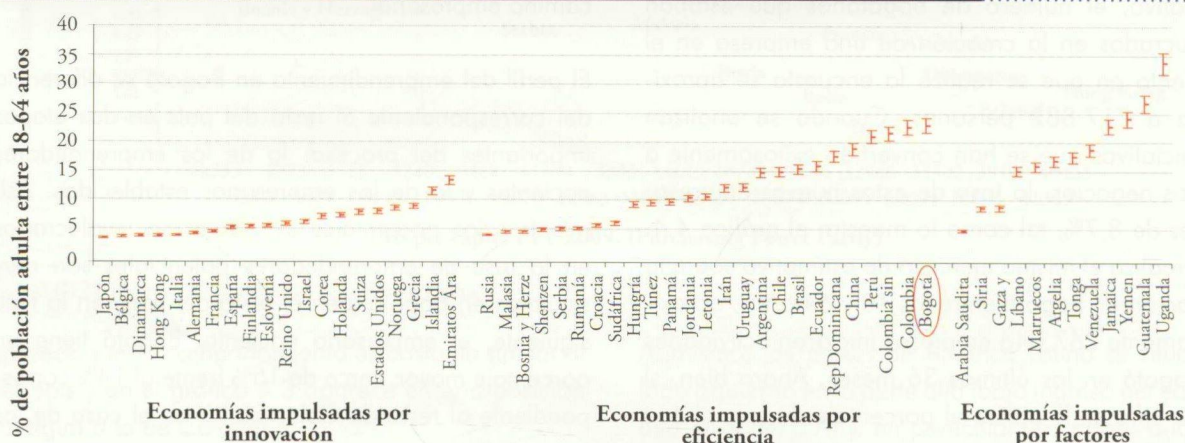
empresarios establecidos, aquellos que han pagado salarios más de 42 meses, el porcentaje en Bogotá (7,7%) es inferior al del resto del país (11,9%).

El gráfico 4.5 muestra el TEA para los 54 países, incluidas las ciudades de Bogotá y Shenzen, agrupados según fase de desarrollo económico. De todos los países clasificados como impulsados por la eficiencia, Colombia es la economía que presenta una mayor tasa de actividad emprendedora y Bogotá se ubica por encima del país.

El gráfico 4.6 describe la participación de los individuos, en cada país, en cada una de las tres etapas en la actividad emprendedora identificadas por el GEM. América Latina tiene los más altos resultados de actividad empresarial entre los países impulsados por la eficiencia. Colombia es uno de los dos únicos países a nivel mundial con una tasa de actividad empresarial total (incluyendo la TEA y los empresarios establecidos) superior al 35% y presenta una distribución bastante homogénea entre empresas nacientes, nuevas y establecidas.

Gráfico 4.5.

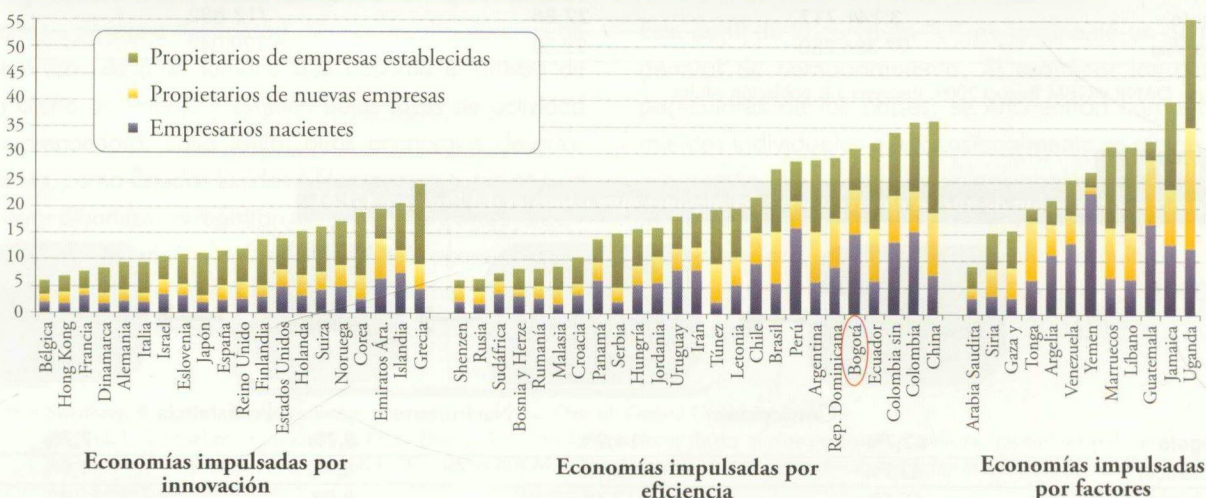
Tasa de creación de nuevas empresas (TEA) para los 54 países (y las ciudades de Shenzen y Bogotá) en el 2009 por fases de desarrollo económico.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 4.6.

Proporción de la población que se encuentran en las distintas etapas de actividad empresarial en el año 2009, por grupos regionales de ingresos.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



V. Actitudes y percepciones de los bogotanos frente a la creación de nuevas empresas

El fenómeno del emprendimiento comienza en los individuos y para entenderlo es necesario examinar cómo se forman las actitudes y percepciones básicas que son los antecedentes de la acción emprendedora. El estudio **GEM** incluye varias preguntas orientadas a caracterizar esas actitudes y percepciones en la población total, incluyendo a las personas que no han tomado acciones para crear una empresa. Colombia se caracteriza por tener unos niveles relativamente altos en las variables que caracterizan esas actitudes y percepciones, y lo mismo se encuentra en el caso de Bogotá, a partir del estudio de 2009.

A. Percepción sobre una posible aventura empresarial

El 66,4% de la población bogotana y el 64,1% de la colombiana tienen la intención de iniciar una nueva actividad empresarial en los próximos tres años. El nivel de esta variable para Bogotá es el valor más alto en todo el estudio **GEM**. Ser empresario es una alternativa de carrera altamente deseable y válida ante la sociedad.

Tabla 5.1.

Comparación internacional de la valoración social del ser empresario respecto a su validez como elección de carrera.

País/Ciudad	% de la población que cree que arrancaría una empresa en los próximos tres años	Posición
Bogotá	66,4	1
Colombia	64,1	2
Uganda	58,1	3
Túnez	57,6	4
Siria	56,4	5
Emiratos Árabes Unidos	42,9	6
Chile	42,9	7
Arabia Saudita	37,2	8
Venezuela	35,3	9
Perú	33,8	10

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.





B. Percepción sobre la actitud de los medios de comunicación frente al emprendimiento

El estudio le pregunta a toda la población encuestada sobre su percepción respecto al cubrimiento y la atención que los medios de comunicación les dan a los empresarios exitosos. Como se observa en la tabla 5.2, el porcentaje de personas que opinan que este cubrimiento es suficiente en Colombia

en el 2009 es del 81,4%, por encima del 77,6% presentado el año anterior. En el caso de Bogotá, el 72,4% de la población piensa que esto sucede. Bogotá se sitúa en este indicador en la posición 12 de las 55 economías analizadas este año en el estudio.

Tabla 5.2.

Comparación internacional de la valoración social del ser empresario respecto al cubrimiento de los medios de comunicación sobre su oficio.

País	% de la población que piensa que al empresario se le presta suficiente cubrimiento por parte de los medios de comunicación	Posición
Yemen	95,91	1
Perú	84,99	2
Colombia	81,44	3
Malasia	79,98	4
Tonga	79,85	5
Argentina	79,61	6
China	78,53	7
Arabia Saudita	78,02	8
Brasil	76,76	9
Bogotá	72,41	13

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

C. Redes con emprendedores de los bogotanos y colombianos

El hecho de conocer personalmente a un emprendedor o a varios emprendedores ha sido identificado como un elemento revelador de las redes sociales en las cuales se mueven los individuos. Puesto que el emprendimiento es una actividad que le exige al individuo acceder permanentemente a nuevos conocimientos que le permitan detectar y explotar las oportunidades, la pertenencia a redes sociales se convierte en un factor de gran importancia para el éxito del emprendedor. El

38,5% de los bogotanos mencionó conocer personalmente a algún emprendedor. En Colombia, este valor es del 35,4%. Así, aunque los habitantes de Bogotá tienen un mayor acceso directo a emprendedores reales que los del resto del país, estos porcentajes son bajos en las comparaciones internacionales y pueden estar asociados a las dificultades que enfrentan los individuos para pasar de las ideas al desarrollo efectivo de sus propuestas emprendedoras.

**Tabla 5.3.****Comparación internacional del conocimiento que la población tiene sobre un emprendedor.**

Pais	% de la población que conoce personalmente algún emprendedor que ha iniciado un negocio en los últimos dos años	Posición
Tonga	65,83	1
Uganda	63,75	2
Islandia	61,66	3
Malasia	61,57	4
Perú	58,83	5
Argelia	58,8	6
China	57,25	7
Guatemala	56,96	8
Bogotá	38,5	35
Colombia	35,41	43

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

D. Temor al fracaso empresarial

Un 32% de los bogotanos y un 33% de los colombianos consideran que el miedo al fracaso los frenaría en sus intenciones de crear nuevas empresas. Estos porcentajes están entre los más bajos del mundo.

Las mediciones de **GEM** en el ámbito internacional no muestran un patrón claro en la relación entre

el temor al fracaso y los resultados efectivos en la formación y persistencia de las empresas. La tabla 5.4 muestra a varios países del Oriente Medio con los menores porcentajes reportados de miedo al fracaso, sin embargo, esos países muestran bajos resultados en términos de actividad emprendedora en su población.

Tabla 5.4.**Porcentaje de la población que piensa que el miedo al fracaso lo detendría para iniciar una nueva empresa.**

Pais	% de la población que piensa que el miedo al fracaso lo detendría para iniciar una actividad empresarial	Posición
Siria	20,32	1
Panamá	23,12	2
Túnez	23,59	3
Bélgica	25,35	4
Marruecos	25,36	5
Líbano	25,61	6
Holanda	26,52	7
Noruega	26,53	8
Bogotá	32,0	21
Colombia	33,32	27

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



E. Percepción de oportunidades

El 49% de la población bogotana piensa que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para emprender, un valor muy cercano al presentado por la población colombiana, que fue del 50%. En las mediciones globales de **GEM**, se encuentra que los países que tienen los más altos porcentajes de la población que identifican oportunidades en el

futuro son también los de menor desarrollo, donde hay más personas que no tienen buenos empleos y hay más preocupación por buscar formas alternativas de generar ingresos. Algunos casos que confirmarían esta interpretación son los de Uganda (73,8%), Guatemala (56,9%), Tonga (56,1%) y Líbano (54,3 %) (ver tabla 5.5).

Tabla 5.5.

Porcentaje de la población que piensa que en el país hay buenas oportunidades para iniciar una nueva empresa.

Pais	% de la población que cree que en los últimos seis meses hay buenas oportunidades para empezar una empresa	Posición
Uganda	73,78	1
Arabia Saudita	69,48	2
Perú	60,98	3
Guatemala	56,91	4
Tonga	56,17	5
Líbano	54,31	6
Siria	54,2	7
Chile	52,11	8
Colombia	50,32	10
Bogotá	49,1	13

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



VI. Perfil de la actividad emprendedora

La estructura de la actividad emprendedora en Bogotá puede entenderse de una mejor forma si se desagrega la tasa de actividad emprendedora de acuerdo con las características de las personas que están involucradas en procesos de emprendimiento. En este capítulo se analiza en detalle el perfil de las personas que participan en la creación de empresas en Bogotá. Esto permite realizar comparaciones con el resto del país e identificar elementos útiles para la formulación de políticas de apoyo a la actividad emprendedora.

A. Actividad emprendedora por género

Como sucede en la mayoría de países analizados, la tasa de actividad emprendedora por los hombres es superior a la de las mujeres. La relación entre la TEA de los hombres y la de las mujeres en Colombia fue de 1,27 en el 2009 (hay 1,27 hombres por cada mujer que se involucra en actividades de emprendimiento), algo menor que la tasa del año anterior, que se situó en 1,58. En el caso de Bogotá, la relación TEA hombres/TEA mujeres fue mucho mayor, situándose en el 1,6 (ver tabla 6.1).

En todo caso, las mujeres mantienen una tendencia de crecimiento en su participación en la tasa de actividad emprendedora para Colombia (17,3% en el 2006, 18,8% en 2007, 19,1% en 2008 y 19,9% en 2009). En Bogotá será necesario seguir de cerca cuál es la tendencia, a medida que se realicen nuevas encuestas **GEM** en los años que vienen.

La mayor participación de los hombres frente a las mujeres en actividades emprendedoras se presenta en la mayoría de los países del mundo. Los casos extremos se encuentran en Irán, Egipto y Turquía, con una proporción de más de 30 hombres por cada 10 mujeres (ver tabla 6.1). En el otro extremo se encuentra Angola, donde por cada 10 mujeres hay 8 hombres ocupados en el proceso de crear y consolidar una empresa. Aunque se evidencia la influencia de la cultura sobre el papel que desempeña la mujer en los procesos de emprendimiento, es igualmente cierto que existen en América Latina países donde la participación de la mujer en estos procesos es mucho más alta que en Colombia. En Argentina, por ejemplo, hay casi una igualdad entre géneros en esta materia. Este es un asunto al cual la sociedad colombiana debe prestar atención. Los resultados de la medición **GEM** en Bogotá, por su parte, indican que este aspecto podría ser particularmente agudo en la ciudad.



Tabla 6.1.

Relación entre la tasa de creación de nuevas empresas de los hombres respecto a las mujeres.

País	TEA hombres / TEA mujeres
Tonga	0,87
Brasil	0,93
Guatemala	1,03
Ecuador	1,03
Venezuela	1,10
Alemania	1,23
Uganda	1,26
Colombia	1,27
China	1,28
Perú	1,28
Panamá	1,33
Chile	1,34
Argentina	1,57
España	1,62
Bogotá	1,62
Marruecos	1,69
Estados Unidos	1,74
Japón	3,24
Francia	3,37
Jordania	3,49
Franja de Gaza y Cisjordania	4,06
Siria	4,37
Arabia Saudita	11,17

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

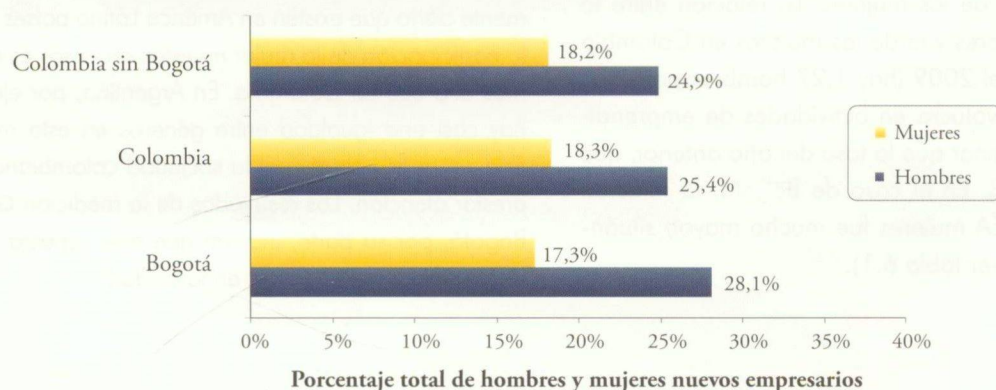
La otra cara de la moneda es la elevada participación de los hombres en los procesos de emprendimiento. Del total de hombres encuestados en Bogotá, el 28,1% son emprendedores, tal como lo muestra el gráfico 6.1. La tasa de emprendimiento de los hombres bogotanos es superior a la del resto del país.

Por otro lado, el gráfico 6.2 muestra la tasa de empresarios establecidos, aquellos que han pagado salarios desde hace más de 42 meses. Como se identificó en

el capítulo anterior, la tasa de empresarios establecidos en Bogotá es inferior al promedio nacional. Al dividir a los empresarios establecidos de acuerdo con su género, se encuentra también una fuerte diferencia en la participación a favor de los hombres. El porcentaje de hombres empresarios establecidos en Bogotá es más del doble que el de las mujeres (10,9% para los hombres frente a 4,5% de las mujeres). En el resto de Colombia, la proporción de los hombres frente a mujeres es relativamente similar (15,9% frente a 8,1%).

Gráfico 6.1.

TEA, involucrados en empresas nacientes o recién creadas en el 2009.

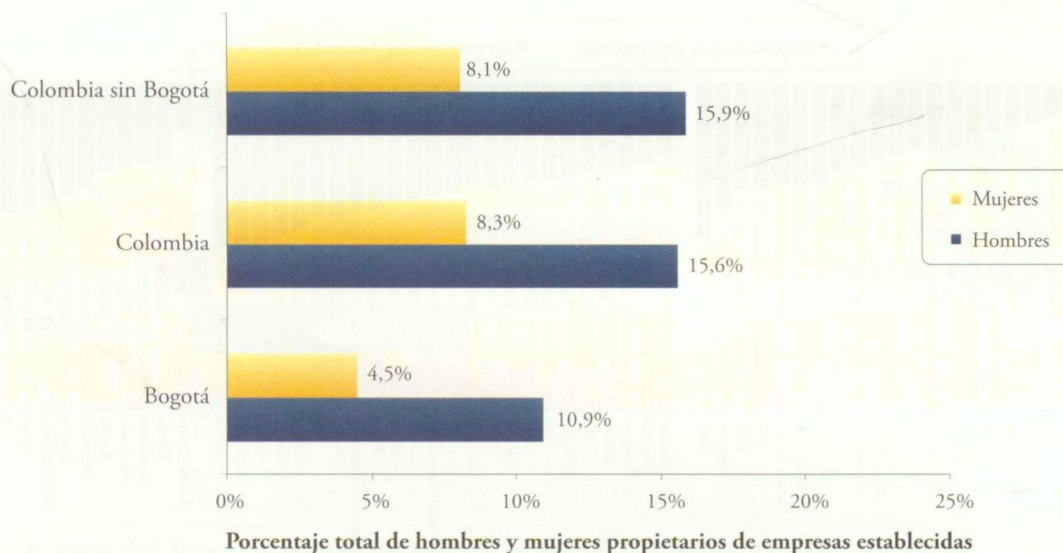


Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Gráfico 6.2.

TEA, involucrados en empresas establecidas para Bogotá, Colombia y Colombia sin Bogotá, en el 2009.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

B. Motivaciones de necesidad y oportunidad

El estudio **GEM** encontró que, en el año 2009, sólo en dos países (Argentina y China), los nuevos empresarios por oportunidad representaron menos del 50% de la motivación total, mientras que en el resto de países esta motivación es mayor (ver gráfico 6.3). Colombia ha venido incrementando la participación de la motivación de oportunidad reportada por los emprendedores, al pasar del 56% en el año 2008 (el emprendimiento por necesidad fue del 41,4%) al 64,8% en el 2009 (el emprendimiento por necesidad este año fue del 34,3%).

Bogotá, por su parte, registra una participación de la oportunidad como motivación a emprender del 69,2%, y una participación del emprendimiento por necesidad del 28,2%. De esta manera, no solamente la actividad emprendedora en Bogotá es más alta que en el resto de Colombia, sino que el emprendimiento en la ciudad tiene un sesgo más fuerte hacia la motivación de oportunidad. El nivel de la motivación de

oportunidad en Bogotá sólo está por debajo de los alcanzados por Uruguay y Chile, en el conjunto de los países latinoamericanos.

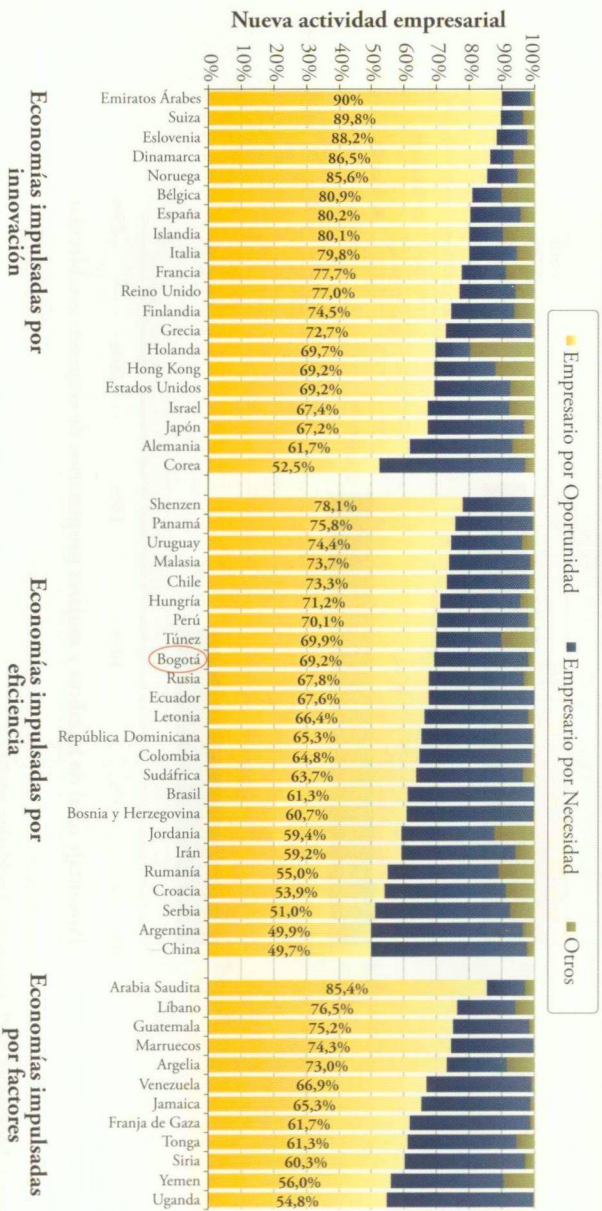
Las diferencias entre los dos géneros en Bogotá se aprecian también en relación con las características de la motivación para emprender. Como se puede observar en el gráfico 6.4, los hombres presentan una mejor calidad en los emprendimientos frente a las mujeres, ya que el 71,1% de los hombres expresa que su motivación para emprender se debió a una oportunidad, mientras que en el caso de las mujeres este porcentaje es de 66,1%.

En el total del país, la situación es similar a la presentada en Bogotá en este aspecto, con porcentajes mayores de hombres que reportan una motivación de oportunidad a la hora de emprender (67,7% en los hombres frente a 60,2% en las mujeres).



Gráfico 6.3.

Diferencias en las motivaciones por oportunidad, necesidad y otro motivo, según género, para el total de países GEM 2009-2010.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 6.4.

Diferencias en las motivaciones por oportunidad, necesidad y otro motivo, según género en Bogotá.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Gráfico 6.5.

Diferencias en las motivaciones por oportunidad, necesidad y otro motivo, según género en Colombia.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

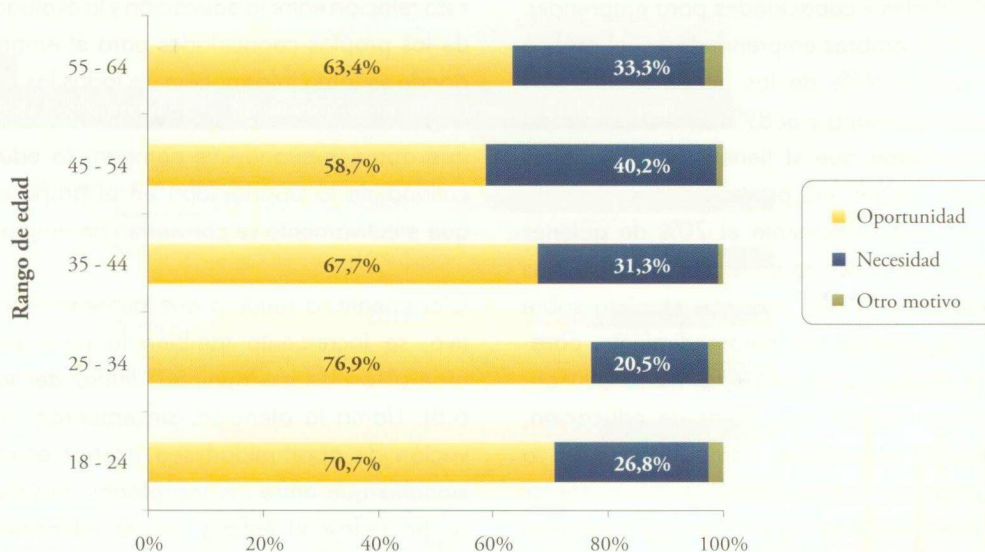
C. Edad

Las motivaciones por emprender son diferentes en personas de distintas edades. Los datos muestran que el rango de edad donde se presenta la mayor motivación por oportunidad en los bogotanos está entre los 18 y 35 años, y especialmente en el rango de 25 a 34 años (los individuos en este rango de edad reportan

el 77% de motivación de oportunidad al momento de emprender). Por el contrario, las personas mayores reportan las menores tasas de oportunidad, principalmente en el rango entre los 45 y 54 años (58,7% de estas personas emprenden por oportunidad) (ver gráfico 6.6).

Gráfico 6.6.

Distribución por cada categoría de edad, según motivación para emprender de los nuevos empresarios bogotanos.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

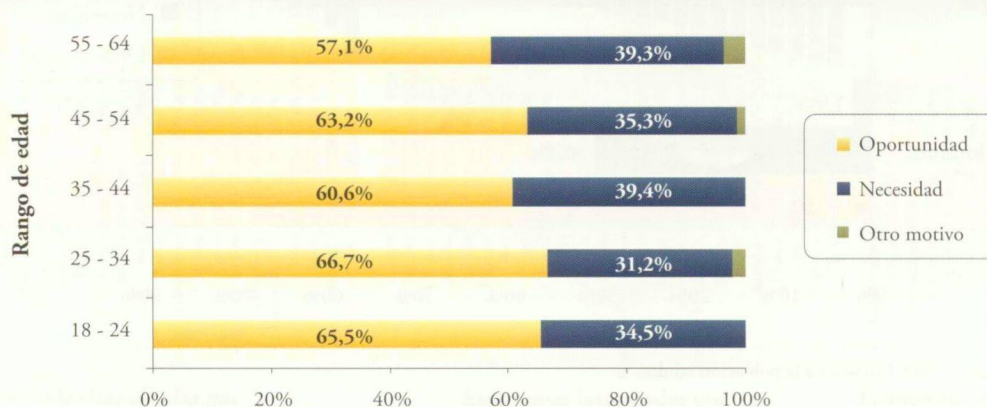


En el caso de los emprendedores del resto del país (excluyendo a Bogotá del análisis), el gráfico 6.7 muestra que la motivación por oportunidad en todos los rangos de edad es inferior a la de Bogotá y ningún caso llega al

70%. De otra parte, fuera de Bogotá, las edades de los emprendedores no muestran una relación especial con las motivaciones de oportunidad y necesidad, como si se pudo observar en el caso de Bogotá.

Gráfico 6.7.

Distribución por cada categoría de edad, según motivación para emprender de los nuevos empresarios colombianos.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

D. Nivel de educación

En el caso bogotano, se verifica una relación directa entre mayor nivel educativo y mayor calidad de la actividad emprendedora.

Curiosamente, el nivel educativo no tiene una relación clara con la percepción de los emprendedores sobre sus habilidades y capacidades para emprender. En el caso de los hombres emprendedores, el gráfico 6.8 muestra que el 91% de los hombres que sólo tienen educación primaria y el 89% de los que tienen posgrados consideran que sí tienen las habilidades necesarias para iniciar un proyecto de emprendimiento. Por su parte, solamente el 70% de quienes no terminaron el bachillerato considera que tiene las mismas habilidades. De esa manera, el juicio sobre las propias capacidades de emprendimiento parecería variar a medida que las personas se educan. Cuando se tienen niveles muy bajos de educación, esas capacidades se evalúan como altas; pero a medida que avanzan en el camino, probablemente las personas se dan cuenta de sus deficiencias y reducen el nivel de la evaluación. Quienes tienen únicamente bachillerato y quienes no completaron su formación

profesional presentan las evaluaciones más bajas de sus propias capacidades como emprendedores. Finalmente, los tecnólogos y los profesionales tienen la percepción más alta sobre su propio potencial como emprendedores.

Esta relación entre la educación y la evaluación general de las propias capacidades para el emprendimiento, donde se toma información de todas las personas que responden la encuesta **GEM**, contrasta con el patrón que aparece cuando se compara la educación y la calidad de la oportunidad en el grupo de personas que efectivamente se convierten en empresarios.

Claramente, a medida que aumenta el nivel educativo, se incrementa también la participación de la motivación de oportunidad dentro del total (gráfico 6.8). Llama la atención, sin embargo, que la motivación de oportunidad sea inferior entre los profesionales que entre los tecnólogos. Posiblemente este hecho refleje el énfasis que la educación técnica y tecnológica hace en el emprendimiento, de modo que los graduados de estos programas podrían tener



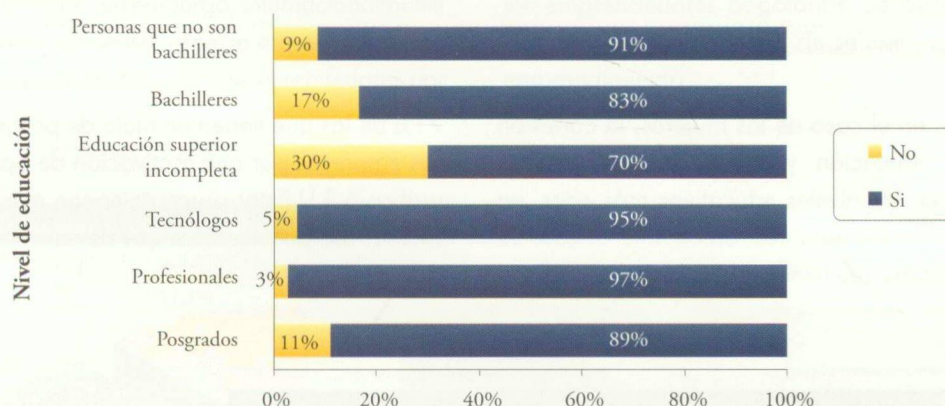
una mayor capacidad para formular sus propios proyectos de emprendimiento que los profesionales. Al mismo tiempo, podría ocurrir que las personas que se gradúan con título profesional han tenido una formación en la que se les da prioridad a las habilidades necesarias para obtener un empleo. Si al salir al mundo laboral esas personas no encuentran empleo, sino que deben buscar el emprendimiento como alternativa, probablemente ellos evalúen su actividad emprendedora como motivada por la necesidad.

En el caso de las mujeres se registra un hecho interesante en comparación con los hombres, en cuanto a

la relación entre el nivel de educación y la evaluación de las propias capacidades para emprender. Parece haber una relación inversa entre el nivel de educación y la evaluación de la propia habilidad para el emprendimiento, pues a medida que se avanza hacia los niveles de educación más altos, los porcentajes de mujeres que no creen tener las capacidades para emprender se hacen también mayores. Mientras que el porcentaje de mujeres que llegó a nivel de bachillerato y cree que no tiene las capacidades necesarias para emprender es cercano a 17%; ese porcentaje aumenta a 25% entre las mujeres profesionales y las que tienen posgrados.

Gráfico 6.8.

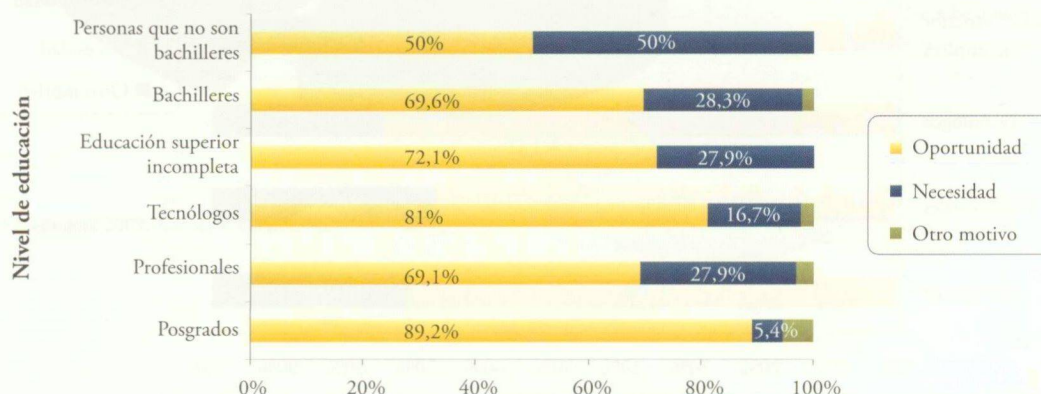
Percepción de los emprendedores bogotanos sobre sus habilidades y capacidades para emprender, según nivel de estudios.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 6.9.

Distribución de los emprendedores bogotanos según motivación y nivel de estudios.

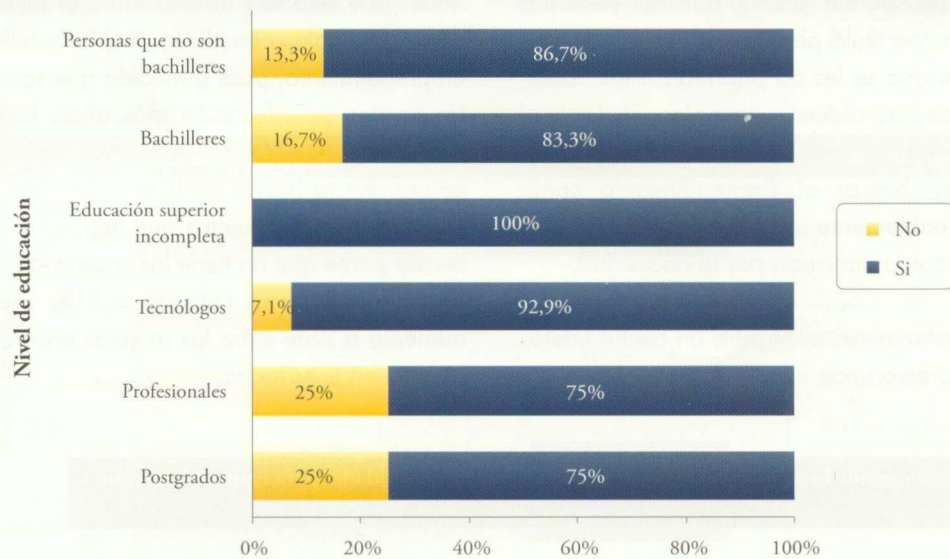


Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Gráfico 6.10.

Percepción de las emprendedoras bogotanas sobre sus habilidades y capacidades para emprender, según nivel de estudios.



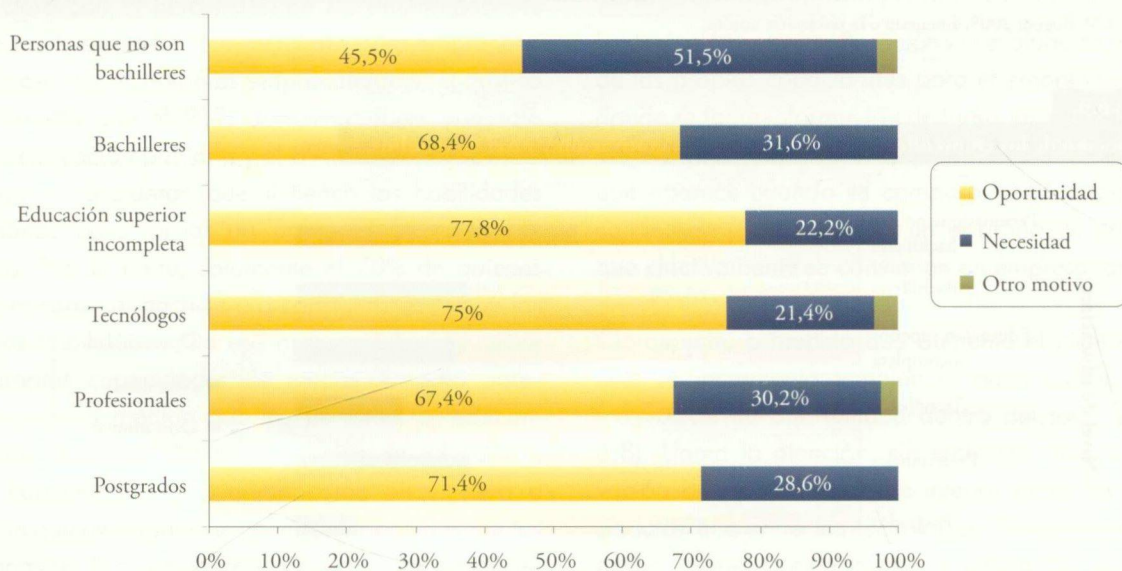
Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Por otra parte, en el caso de las mujeres, la conexión entre mayor educación y mayor emprendimiento pierde fuerza en los niveles educativos más altos, en comparación con los hombres. Solamente el 75% de las emprendedoras que tienen un título profesional y el

71% de las que tienen un título de posgrado fundaron sus empresas por una motivación de oportunidad (ver gráfico 6.11). Estos porcentajes son más bajos que los alcanzados por hombres que tienen niveles de educación similares.

Gráfico 6.11.

Distribución de las emprendedoras bogotanas según motivación y nivel de estudios.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



E. Nivel de ingresos

El estudio **GEM** les pide a los emprendedores que identifiquen el nivel de ingresos en el cual se encuentra su hogar. Concretamente, se les solicita que ubiquen los ingresos familiares, incluyendo los propios, dentro de unos rangos que les presentan los encuestadores. Esta pregunta se utiliza para lograr una aproximación a los niveles de ingreso de los emprendedores. El estudio no consulta directamente por los niveles de ingreso obtenidos por la empresa, pues en muchos países las personas muestran una alta resistencia a contestar esa pregunta.

Es necesario aceptar que al utilizar los ingresos del hogar como una aproximación a los ingresos del emprendedor se incurre en algunos sesgos que exigen ser cuidadosos en las interpretaciones. Sin embargo, internacionalmente se ha llegado a un consenso respecto a que esta es una variable útil que permite ubicar a los emprendedores por

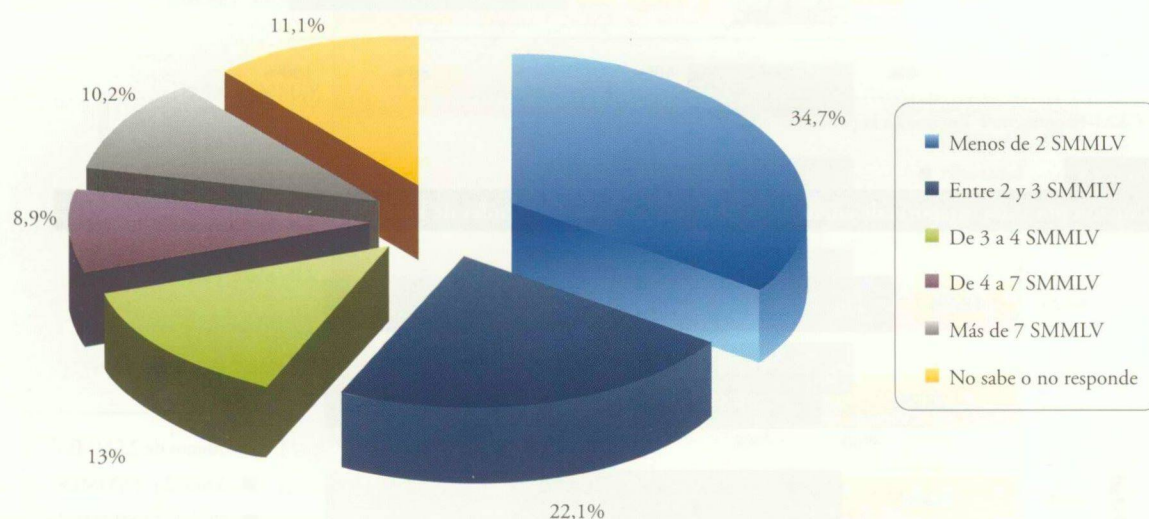
su nivel de ingresos, sin que logre establecer conexiones de alto nivel de detalle entre los ingresos de la empresa y las características del emprendedor.

El gráfico 6.12 muestra la distribución de los ingresos de los nuevos empresarios en Bogotá en el año 2009. Siguiendo el comportamiento de la distribución de ingresos de la población en general, el 34,7% de los emprendedores bogotanos reporta ingresos menores a dos salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV)¹³, el 22,1% entre 2 y 3 SMMLV y sólo el 13% reportan percibir entre 3 y 4 SMMLV.

El gráfico 6.13 muestra las distintas motivaciones en cada categoría de ingresos para el conjunto de los emprendedores bogotanos. Se observa una relación directa entre el nivel de salarios y la calidad del emprendimiento.

Gráfico 6.12.

Distribución de los ingresos de los nuevos empresarios (TEA) en Bogotá.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

¹³ El salario mínimo en Colombia en el 2009 se ubica en 497.000 pesos colombianos, equivalentes a 251,9 dólares aproximadamente.



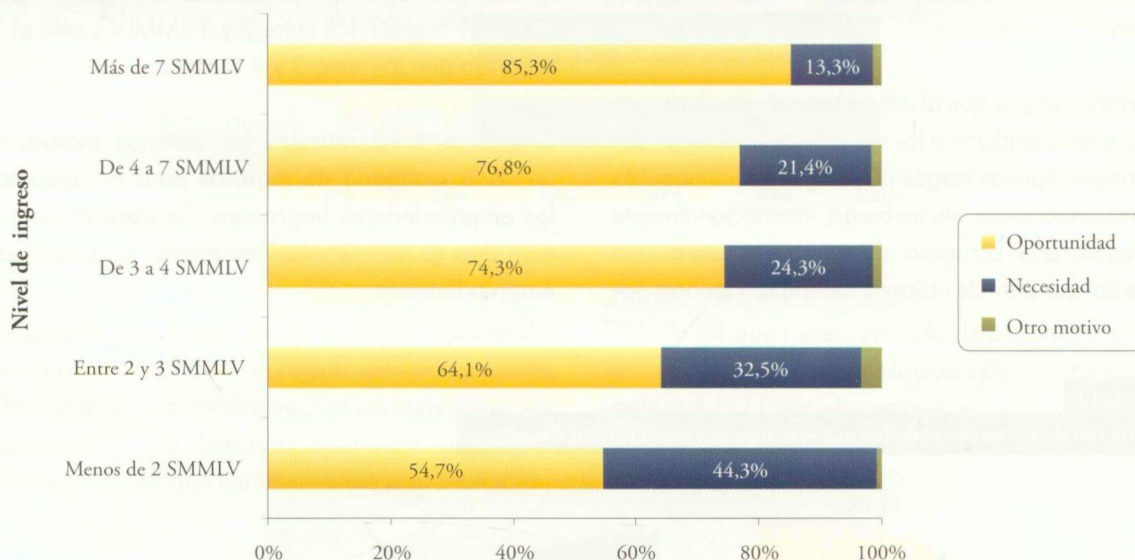
El gráfico 6.14 muestra la distribución de los ingresos por cada categoría de edad de los emprendedores bogotanos. Se verifica aquí que los jóvenes entre los 25 y 34 años no solo presentan un mayor emprendimiento por oportunidad, sino que también reportan los ingresos más altos, seguidos por la categoría de los 55 a 64 años.

La calidad de los emprendimientos para hombres y mujeres mejora al aumentar el nivel de ingresos (ver

gráficos 6.15 y 6.16). En el caso de los hombres se percibe una relación directa entre el ingreso y la calidad de los emprendimientos, pues las personas de más altos niveles de ingreso (más de 7 SMMLV) presentan mayores tasas de motivación por oportunidad en su categoría, casi el 90%. En las mujeres, en cambio, la progresión hacia emprendimientos de mayor calidad es más leve y la tendencia a la motivación fluctúa medida que aumentan los ingresos.

Gráfico 6.13.

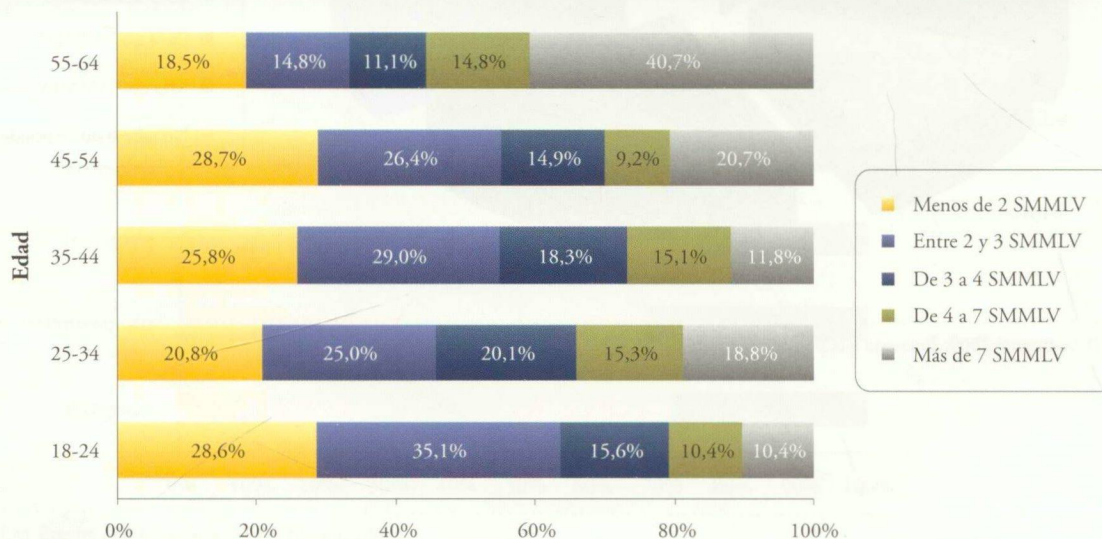
Distribución de los ingresos de los nuevos empresarios (TEA) en Bogotá, según nivel de motivación.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 6.14

Distribución por cada categoría de edad, según motivación para emprender de los nuevos empresarios bogotanos.

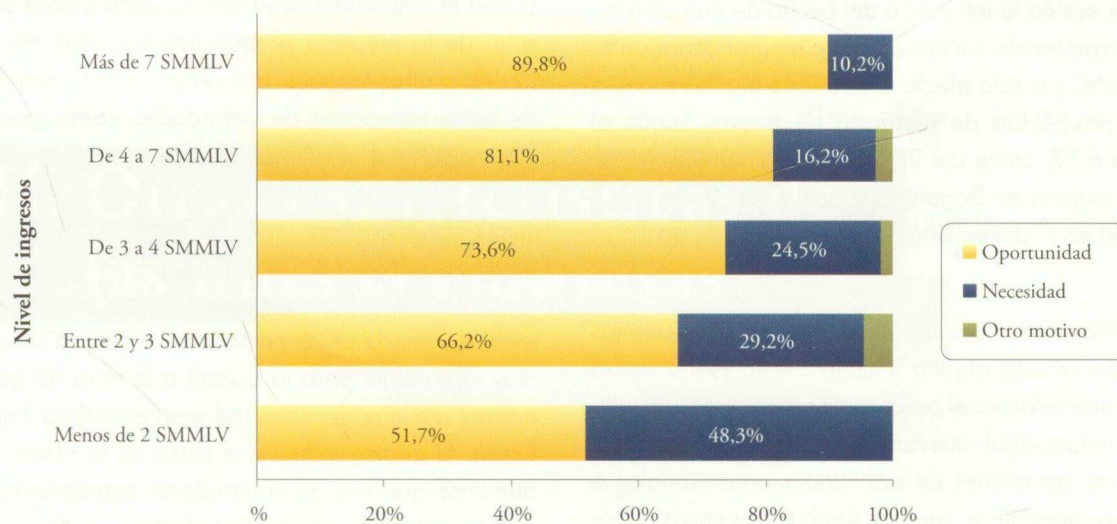


Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Gráfico 6.15.

Distribución de los nuevos empresarios bogotanos, según motivación y nivel de ingresos.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 6.16.

Distribución de las nuevas empresarias bogotanas, según motivación y nivel de ingresos.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



F. Antecedentes empresariales

El **GEM** evalúa la influencia del hecho de que un individuo haya tenido iniciativas como emprendedor anteriormente, y si esto afecta o incide de alguna manera en la posibilidad de realizarlo de nuevo. Según el gráfico 6.17, cerca del 20% de los hombres y el 13% de las mujeres en Bogotá cerraron o vendieron algún negocio en el último año.

El gráfico 6.18 muestra que el 49% de las personas que han cesado alguna iniciativa empresarial en el último año están en el proceso de emprender una actividad empresarial nuevamente. No necesariamente todas las cesaciones de actividades empresariales o fracasos, pues allí se cuentan también los casos en los

cuales el emprendedor vendió su parte a unos socios, salió de la empresa porque detectó otras oportunidades, u otras razones. Incluso si una alta proporción de estas estaciones de actividades corresponden a fracasos empresariales, el dato resulta muy interesante por lo que aporta a la formación de una perspectiva hacia adelante. Una de las grandes lecciones que ha dejado el estudio del emprendimiento en el mundo es el valor que tiene el fracaso como aprendizaje. Las experiencias de estas personas constituyen un activo muy importante para la ciudad a la hora de generar nuevos núcleos de actividad emprendedora hacia el futuro. El gráfico indica que cerca de la mitad de las personas que son emprendedoras actualmente cesó alguna actividad empresarial el año pasado.

Gráfico 6.17.

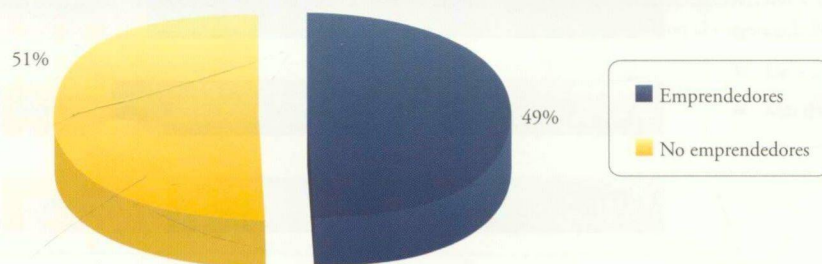
Porcentaje de la población bogotana, según género, que ha cesado alguna actividad empresarial en el último año.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 6.18.

Porcentaje de la población bogotana que es emprendedora actual y ha cesado alguna actividad empresarial en el último año.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



VII. Otras características de las nuevas empresas

GEM recoge de los empresarios una información de gran valor sobre el estado actual del nuevo tejido empresarial, ahora no solo en el país sino también en el nivel local. Entre los temas analizados se encuentra el nivel de formalidad, los sectores de actividad donde se desenvuelven, la tecnología implementada en sus procesos y los montos de inversión requeridos en el momento de iniciar su actividad empresarial.

A. Nivel de formalidad

Uno de los temas esenciales del desarrollo empresarial en un país como Colombia es la formalidad de la gestión de las empresas. La informalidad reduce la productividad y la competitividad y distorsiona la repartición de las cargas entre los empresarios en sus aportes a la financiación de los sistemas de seguridad social y, en general, a la infraestructura del país. En este orden de ideas, el análisis de la formalidad en el caso de Bogotá es de crucial importancia, no solo porque presenta el mayor tejido empresarial del país, sino porque esa gestión privada ha sido pionera a nivel nacional en el fomento de la formalización y las mejores prácticas tanto de las empresas ya establecidas como de las nuevas.

Para el estudio del **GEM**-Bogotá se les preguntó a los encuestados si su empresa está, o no, registrada en Cámara de Comercio. En nuestro país, este es un paso obligado para las empresas; si no lo hacen, se puede considerar que su gestión es informal. El estudio **GEM** considera que una empresa nace cuando ha pagado salarios durante al menos tres meses. Una empresa puede tener vida según el criterio de **GEM**, pero no necesariamente esto implica que tenga vida formal desde el punto de vista del registro.

El gráfico 7.1 muestra el porcentaje de nuevos empresarios que han registrado su nueva actividad empresarial ante la cámara de comercio de su lugar de residencia. En Bogotá, en el año 2009, una cuarta parte de las empresas que se crean (25,1%) nacen desde la formalidad. Este resultado es muy superior al presentado por Colombia en 2008¹⁴, que fue del 16,6%.

Al analizar las empresas que tienen más de 42 meses de edad, para Bogotá y Colombia en el 2009, aparece que el 63% de las empresas de Bogotá se formalizan después de estos tres años y medio de vida. Este porcentaje es muy superior al presentado por el resto del país, que se sitúa en el 47,6% de empresas establecidas formalizadas (ver gráfico 7.2)

¹⁴ El dato del nivel de formalidad de las nuevas empresas y las establecidas en Colombia, fue tomado del Informe GEM Colombia 2008, puesto que el estudio de GEM Colombia 2009 no indagó sobre este fenómeno.



Gráfico 7.1.

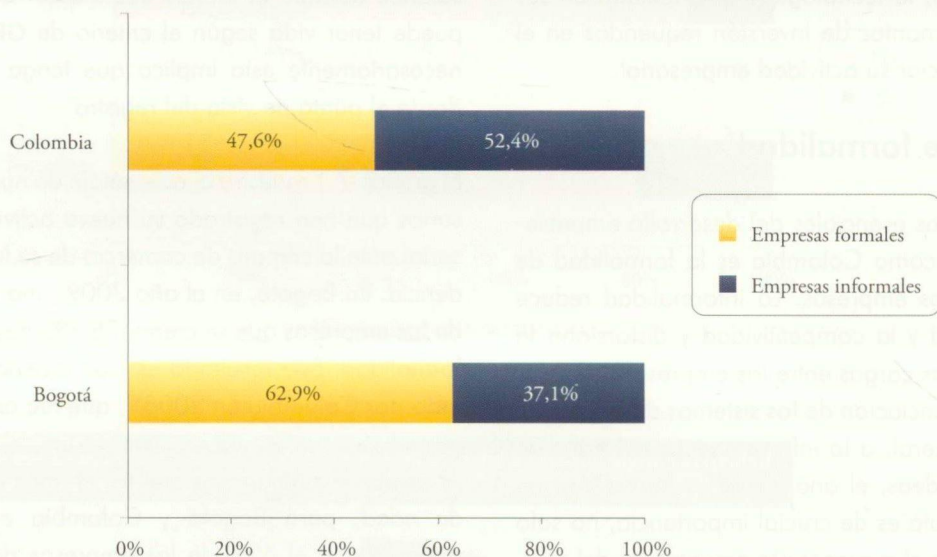
Porcentaje de los nuevos empresarios que han formalizado su actividad empresarial en Bogotá y Colombia.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 7.2.

Porcentaje de los empresarios establecidos que ha formalizado su actividad empresarial en Bogotá y Colombia.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

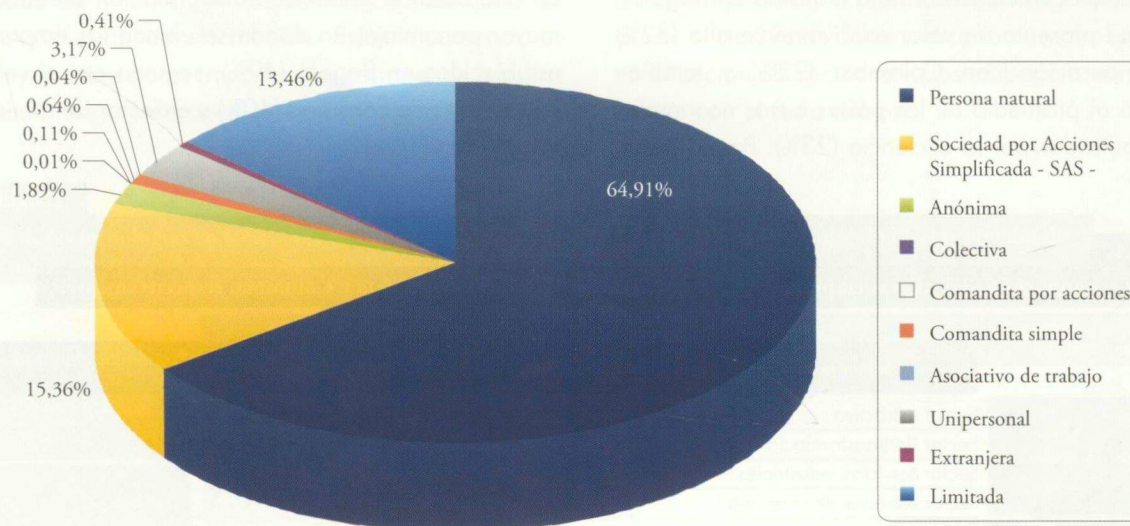


Según datos de la CCB, el tipo de sociedades más utilizadas por los bogotanos son la persona natural y la sociedad limitada. Sin embargo, vale mencionar que en el tercer trimestre de 2009 esta situación cambió, y el nuevo tipo de organización societaria SAS (Sociedad

por acciones simplificada) se ha convertido en el más utilizado por las empresas en el país, tanto por las microempresas, como por las pequeñas y medianas empresas. El gráfico 7.3 detalla todos los tipos de sociedades utilizados por los emprendedores en Bogotá.

Gráfico 7.3.

Distribución de las organizaciones jurídicas utilizadas por los emprendedores en Bogotá.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. Observatorio de la región de Bogotá-Cundinamarca 2009.

B. Sectores de actividad

Según la clasificación de la ISIC¹⁵, el **GEM** agrupa los sectores productivos donde se están creando las nuevas empresas en cuatro grandes categorías:

- **El sector de comercio o de servicios de consumo** (el consumidor primario es principalmente una persona; por ejemplo: restaurantes, bares, hoteles, comercio al por mayor y al por menor, salud, educación, servicios sociales, recreación).

- **El sector de transformación** (construcción, manufactura, transporte, ventas al por mayor).
- **El sector de servicios industriales** (el consumidor es principalmente otra empresa, seguros, bienes raíces y demás servicios a las empresas).
- **El sector extractivo** (extracción de productos de la naturaleza como agricultura, forestal, pesca, minería).

¹⁵ International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities (Clasificación Industrial Internacional Uniforme –CIU- de todas las actividades económicas).



Como se aprecia en la tabla 7.1, la mayoría de las nuevas empresas en Bogotá (50%) pertenecen al sector de servicios de consumo. Este indicador se ubica por debajo del valor obtenido en el resto del país (57%) y del promedio de los países cuyas economías son impulsadas por la eficiencia (56%), aunque es mayor que el promedio de los países con economías impulsadas por la innovación (48%). Asimismo, es importante señalar que en el sector de transformación (el más característico de la industria en Bogotá), la ciudad presenta un valor relativamente alto (32%) en comparación con Colombia (22%) y también respecto al promedio de los países cuyas economías son impulsadas por la eficiencia (23%). Por su parte,

el sector extractivo registra el valor bajo en comparación con el resto de Colombia, pues sólo un 3,3% de las empresas bogotanas se crean en él.

Respecto a las empresas establecidas, la tabla 7.1 muestra que sólo el 1% de estas empresas pertenecen al sector extractivo, muy por debajo del promedio del país (9,8%) y del promedio de todos los países en la misma fase de desarrollo económico de Colombia. En este caso, el sector de transformación presenta el mayor porcentaje, en donde se ubican las empresas establecidas en Bogotá (49%), seguido por el sector de servicios de consumo (40%) y el sector de servicios industriales (10%).

Tabla 7.1.

Sectores económicos de las nuevas empresas y de las empresas establecidas para Bogotá y Colombia, respectivamente.

	Sector productivo	Bogotá (%)	Colombia (%)	Economías impulsadas por la eficiencia (%)
Nuevas empresas	Sector extractivo	3,3	6,0	9,4
	Sector de transformación	32,4	22,0	23,1
	Sector servicios industriales	14,3	14,9	11,5
	Sector servicios de consumo	50,0	57,1	56,1
Empresas establecidas	Sector extractivo	1,0	9,8	13,2
	Sector de transformación	48,7	27,8	26,2
	Sector servicios industriales	9,9	14,9	8,8
	Sector servicios de consumo	40,4	47,4	51,8

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

C. Tecnología utilizada por las empresas nuevas y establecidas

GEM interroga a los nuevos empresarios y a los propietarios de empresas establecidas, respecto al tiempo durante el cual la tecnología utilizada en la producción del bien o servicio ha estado disponible en el mercado. Esto permite una aproximación al grado de modernización tecnológica que las empresas involucran en la producción.

En el caso colombiano, los resultados de la tabla 7.2 muestran contrastes interesantes. Por un lado, el 16% de las nuevas empresas en Bogotá utilizan tecnología que ha estado en el mercado desde hace menos de

un año. Este porcentaje es superior al del resto del país (Colombia, excluyendo los datos de Bogotá, es 11,4%) y al del promedio de países en fase de desarrollo similar a la de Colombia (10,8%). Vale aclarar que la novedad de la tecnología varía con el sector que se trate. Por ejemplo, en sectores de servicios, la tecnología puede estar representada por computadores, mientras que en manufacturas la tecnología puede estar representada por complejas máquinas utilizadas en las plantas de producción. En todo caso, el resultado indicaría que la ciudad trabaja sobre una base de tecnología más moderna que el resto del país.



Por otro lado, en las empresas establecidas, los resultados del GEM revelan que el 80% de los propietarios de empresas bogotanas usan tecnología disponible hace más de 5 años en sus empresas. Este valor se ubica muy cerca del correspondiente a Colombia (82%).

Por sectores de actividad, el gráfico 7.4 muestra que la tecnología de punta y la nueva tecnología son usadas en el 80% por los sectores de servicios de consumo y de transformación. Estos macrosectores incluyen subsectores importantes, como el de hoteles, restaurantes, comercio al por mayor (para el caso de

servicios) y de construcción e industria manufacturera (para el caso del macrosector de transformación).

En el caso de las empresas establecidas, los sectores de servicios de consumo y transformación aparecen como los que utilizan predominantemente la nueva tecnología disponible en el mercado en sus procesos. Es importante la participación del sector servicios en la categoría de tecnología de punta, ya que el 71% de las empresas que usan esta tecnología pertenecen a este sector. Estos datos indicarían un alto grado de sofisticación del sector servicios en Bogotá, en comparación con el resto del país.

Tabla 7.2.

Uso de las tecnologías en las nuevas empresas y las empresas establecidas en Bogotá, Colombia y el promedio de los países cuyas economías son impulsadas por factores relacionados con la eficiencia.

		Colombia	Colombia sin Bogotá	Bogotá	Economías impulsadas por la eficiencia
Nuevas empresas (%)	Tecnología de punta*	12,3	11,4	15,9	10,8
	Nueva tecnología	25,6	26,5	34,4	20,7
	No usa tecnología	62,1	62,1	49,7	68,5
Empresas establecidas (%)	Tecnología de punta*	1,6	1,5	4,6	4,7
	Nueva tecnología	15,1	16,4	14,9	13,2
	No usa tecnología	83,3	82,1	80,5	82,1

* La tecnología de punta hace referencia a aquella que está disponible en el mercado hace menos de un año.

° La nueva tecnología se encuentra disponible en el mercado hace no más de 5 años.

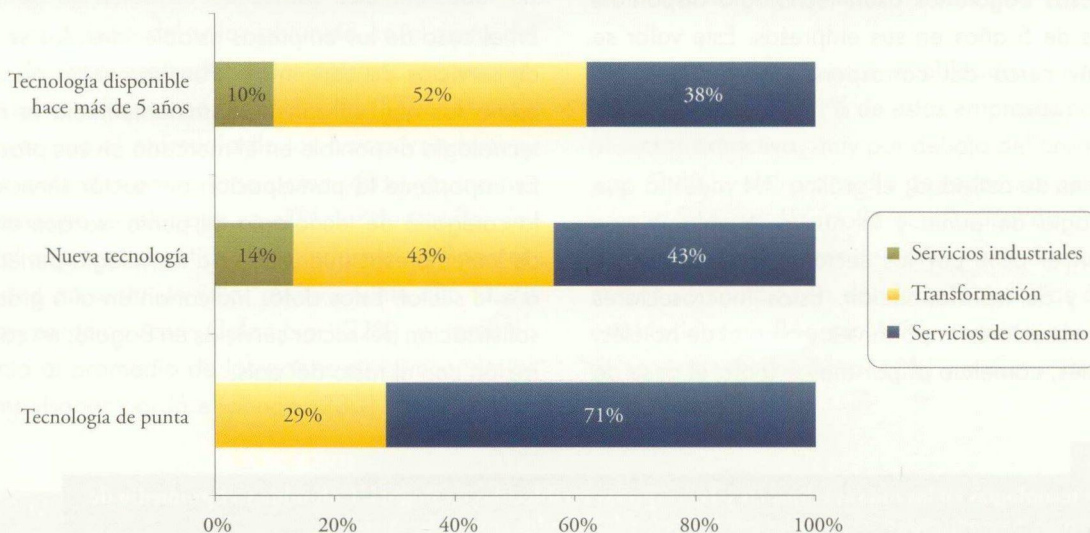
Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 7.4.

Uso de la tecnología por sectores de actividad económica de las nuevas empresas bogotanas



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

**Gráfico 7.5.****Uso de la tecnología por sectores de actividad económica de las empresas establecidas en Bogotá.**

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

D. Nivel de inversión requerido para la creación de empresas

El promedio de inversión que se requiere para iniciar una nueva empresa en Bogotá fue de \$42,8 millones en el año 2009, \$11 millones por encima del promedio requerido en el promedio del país, a pesar de que no es una cifra alta que pueda indicar una mayor calidad del emprendimiento¹⁶. Las cifras del país vienen en crecimiento, pues hace apenas tres años los colombianos reportaban que el monto promedio requerido para iniciar actividades empresariales era de \$23

millones. El valor que más se repite (moda) tanto en Bogotá como para Colombia es de \$10 millones. Por otra parte, sólo el 35% de las inversiones en Bogotá está por debajo del promedio de la ciudad, mientras que el 81% los casos están por debajo del promedio nacional. Estas cifras apuntan a la existencia de una gran heterogeneidad en cuanto a los montos requeridos para iniciar actividades por parte de los emprendedores de la capital del país (ver tabla 7.3).

Tabla 7.3.**Financiación de las nuevas empresas en Bogotá y Colombia.**

	Bogotá	Colombia
Promedio del monto requerido para la Inversión	\$ 42.823.324	\$ 31.070.965
Moda	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
Mediana	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
Porcentaje del total de montos requeridos por debajo del promedio	35%	81%

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

¹⁶ La literatura empresarial argumenta que un tamaño inicial importante en términos de activos o número de empleados, aumenta la probabilidad de supervivencia en un 30% en promedio (Arias & Quiroga, 2008).
 Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/html/205/20503511/20503511.html>



La tabla 7.4 muestra los montos promedios requeridos por los emprendedores de cada sector de actividad económica. En el sector extractivo, el monto requerido, \$99,2 millones, es muy superior al promedio

de \$42,8 millones de la ciudad. El caso contrario se presenta en el sector de servicios de consumo, donde el monto promedio de inicio es inferior en casi \$9 millones al promedio de la ciudad.

Tabla 7.4.

Montos de inversión según sector de actividad económica.

Sector extractivo	Sector de transformación	Sector de servicios industriales	Sector de servicios de consumo
\$ 99.166.667	\$ 49.229.524	\$ 49.276.000	\$ 33.733.434

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Como podría esperarse, los datos sobre la motivación para emprender reflejan que los mayores montos de inversión inicial están asociados al emprendimiento por oportunidad, que es un indicador de mayor calidad de los proyectos emprendedores. En el caso de los emprendimientos por oportunidad, el promedio de los montos requeridos es de \$48,8 millones, frente a \$27,9 millones que reportan los emprendedores cuya motivación para emprender es la necesidad (ver tabla 7.5).

Profundizando en el monto requerido para invertir, el GEM-Bogotá les preguntó a los emprendedores si tenían o no todo el monto del capital inicial necesario.

El gráfico 7.6 muestra que el 55% de los emprendedores bogotanos necesitan financiar todo o parte de su capital inicial.

Con base en la información tomada por la encuesta GEM, se construyó la estructura promedio de capital inicial del emprendedor en Bogotá. Como lo muestra la tabla 7.6, de los \$42,8 millones en promedio que los emprendedores bogotanos requieren para dar inicio a su actividad, ellos reportan tener el 47% de este monto en promedio, es decir, \$20 millones. La necesidad de inversión en promedio de los emprendedores en Bogotá es \$22,7 millones, correspondiente al 53% del monto total requerido para iniciar.

Tabla 7.5.

Montos de inversión según sector de actividad económica.

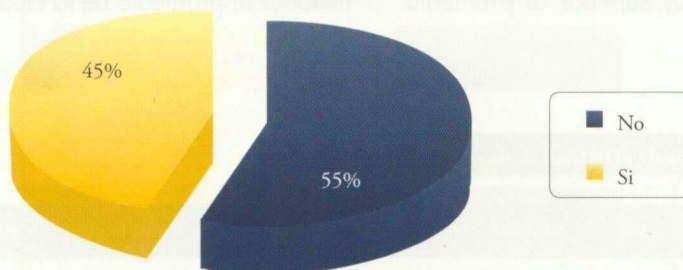
Oportunidad	Necesidad	Otro motivo
\$ 48.849.187	\$ 27.903.889	\$ 10.000.000

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Gráfico 7.6.

Porcentaje de los emprendedores bogotanos que poseen (o no poseen), el monto requerido para la financiación inicial de su iniciativa.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Tabla 7.6.

Estructura de capital promedio del emprendedor bogotano en el 2009.

Promedio del monto requerido para la inversión	\$ 42.823.324	100%
Promedio del monto puesto por el emprendedor	\$ 20.064.769	47%
Promedio del monto por financiar	\$ 22.758.555	53%

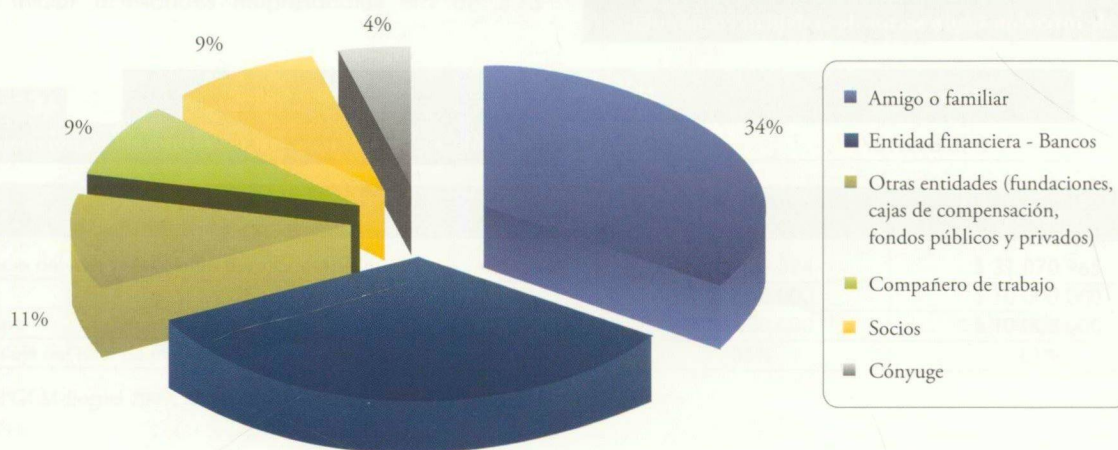
Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

En relación con las fuentes más utilizadas por los emprendedores bogotanos, los amigos o familiares cercanos son la fuente principal (34%). La participación de las entidades financieras (33%) es muy importante

para los emprendedores. Finalmente, los compañeros de trabajo, los socios y el cónyuge del emprendedor aparecen como otras fuentes importantes de recursos usadas por los emprendedores en Bogotá.

Gráfico 7.7.

Distintas fuentes de financiación utilizadas por los emprendedores bogotanos, al momento de iniciar sus iniciativas empresariales.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



VIII. Impacto de las empresas nuevas y establecidas

A. En la innovación (combinación mercado-producto nuevo)

GEM establece un indicador de innovación según el cual un producto o servicio involucra un alto grado de innovación cuando las empresas ofrecen un producto que es novedoso o casi novedoso para sus clientes, y además tiene poca o ninguna competencia en el mercado en el cual opera.

En el gráfico 8.1 se aprecia el resultado de este índice para el conjunto de países clasificados en economías impulsadas por la eficiencia, incluyendo las ciudades de Shenzhen y Bogotá. El gráfico muestra que, en estos países, el indicador de innovación es mayor en las empresas nuevas que en las establecidas. Este resultado apoyaría las interpretaciones académicas según las cuales las nuevas empresas son la mayor fuente de innovación. En el caso de Bogotá, la ciudad se ubica por encima de Colombia y de otros países latinoamericanos como Argentina, Brasil, Ecuador y Uruguay, aunque por debajo de Shenzhen (la otra ciudad analizada en **GEM** este año) y Perú.

Con el fin de profundizar en este resultado, se analizó el tipo de formación de los emprendedores innovadores y los que no lo son. El gráfico 8.2 registra que los emprendedores con posgrado son los que, en su propia categoría de edad, reportan una mayor participación como innovadores, y esta participación decrece con menor grado de educación. Vale resaltar la categoría de los emprendedores con grado de formación de tecnólogos, quienes en su grupo tienen una muy baja participación de emprendedores innovadores.

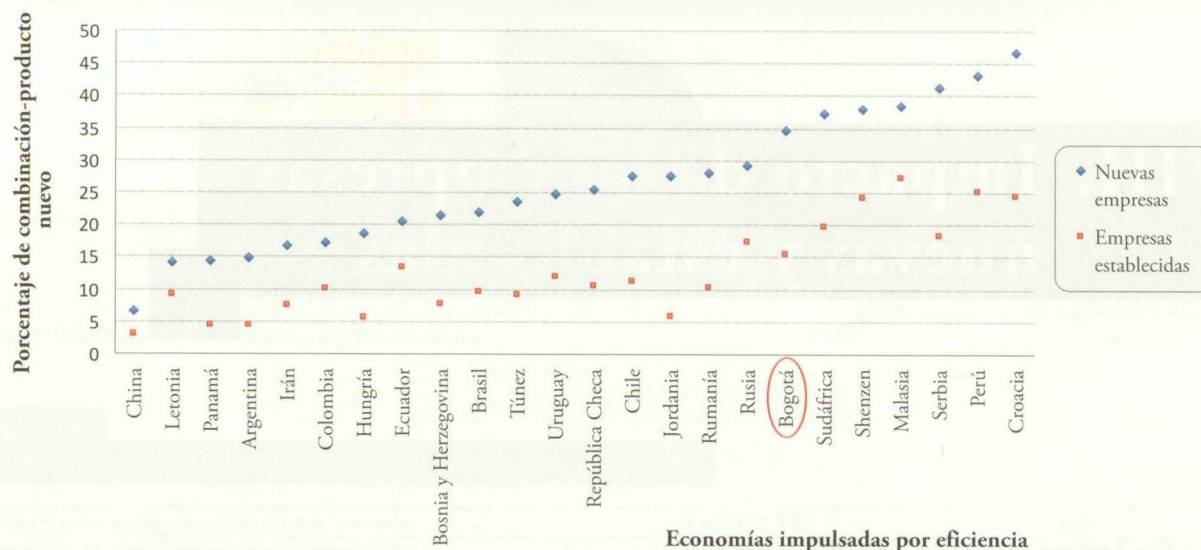
En los empresarios establecidos, el porcentaje de innovadores para todas las categorías de nivel de formación es significativamente bajo comparado con los emprendedores, lo cual, en primera instancia, indicaría que los emprendedores tienen un grado de innovación mayor. Vale la pena mencionar el alto porcentaje de innovadores que se manifiestan en las personas que no son bachilleres.





Gráfico 8.1.

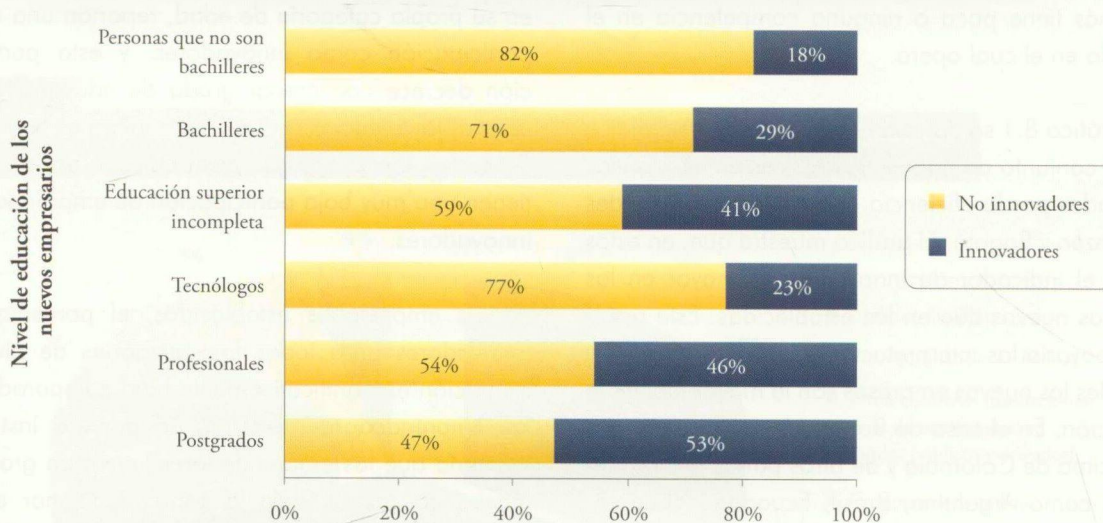
Combinación mercado-producto nuevo. Nivel de introducción de ofertas innovadoras por las empresas nuevas o establecidas, en cada uno de los países GEM.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 8.2.

Combinación mercado-producto nuevo. Nivel de introducción de ofertas innovadoras por los emprendedores en relación con su nivel de educación.

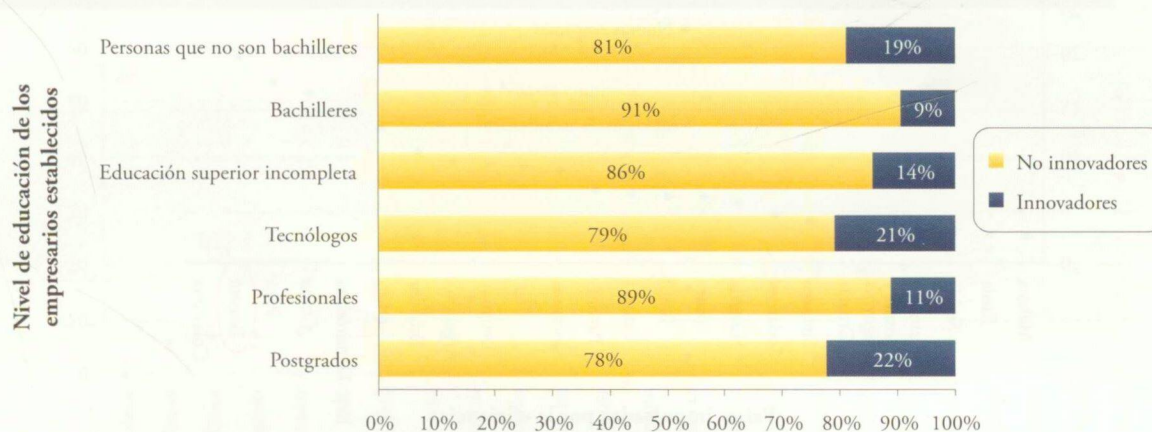


Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Gráfico 8.3.

Combinación mercado-producto nuevo. Nivel de introducción de ofertas innovadoras por los empresarios establecidos, en relación con su nivel de educación.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

B. Generación de empleo y expectativas de alto crecimiento

El estudio **GEM-Bogotá** les preguntó a los empresarios su evaluación del actual y futuro efecto potencial que su empresa tendría en la generación de empleo.

En el gráfico 8.4 se aprecia que en las economías impulsadas por la eficiencia, en su mayoría latinoamericanas, hay una mayor expectativa sobre generación de empleo actual. Dentro de ellos, Bogotá y Colombia, con el 20% y 22% de los nuevos empresarios que creen que su empresa generará algún empleo ahora o en los próximos cinco años, ocupan el primer lugar.

Respecto a la motivación para emprender y las expectativas de crecimiento de los emprendedores bogotanos, se encuentra, como podría pensarse, que los emprendedores que desean generar más de 10 puestos de trabajo en los próximos cinco años emprenden más por oportunidad que los que no reportan esta intención (ver gráfico 8.5). En los

empresarios establecidos, esta relación no es tan clara, tal vez porque ya se encuentran en una zona del ciclo de vida de su empresa más estable, lo que limitaría su percepción sobre el crecimiento (ver gráfico 8.6).

Por otra parte, **GEM** se aproxima a las expectativas de crecimiento de los empresarios al identificar cuántos empresarios esperan una generación de 10 ó más puestos de trabajo y un crecimiento de al menos el 50% del número de empleos en los próximos cinco años, partiendo del número de empleos actual.

Las expectativas de crecimiento son mayores en las nuevas empresas que en las establecidas, exceptuando los casos de Malasia, Brasil y Túnez. Bogotá y Colombia se destacan porque, con Shenzhen, son los países donde hay más nuevos empresarios que esperan tener alto impacto en términos de generación de empleo.



Gráfico 8.4.

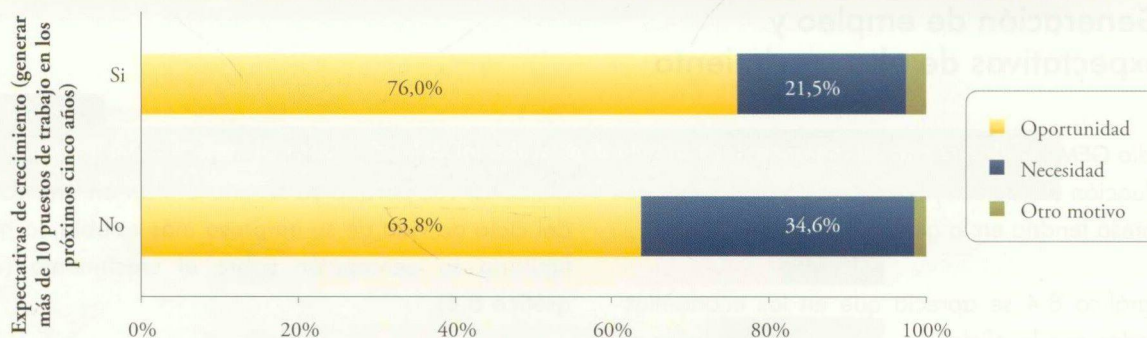
Comparativo entre Bogotá y los países impulsados por la eficiencia sobre percepciones de los nuevos empresarios, acerca de sus expectativas de generación de algún empleo actual o en los próximos cinco años.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 8.5.

Emprendedores bogotanos que reportan o no expectativas altas de crecimiento en los próximos cinco años, según su motivación para emprender.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 8.6.

Empresarios establecidos bogotanos que reportan o no expectativas altas de crecimiento en los próximos cinco años, según su motivación para emprender.

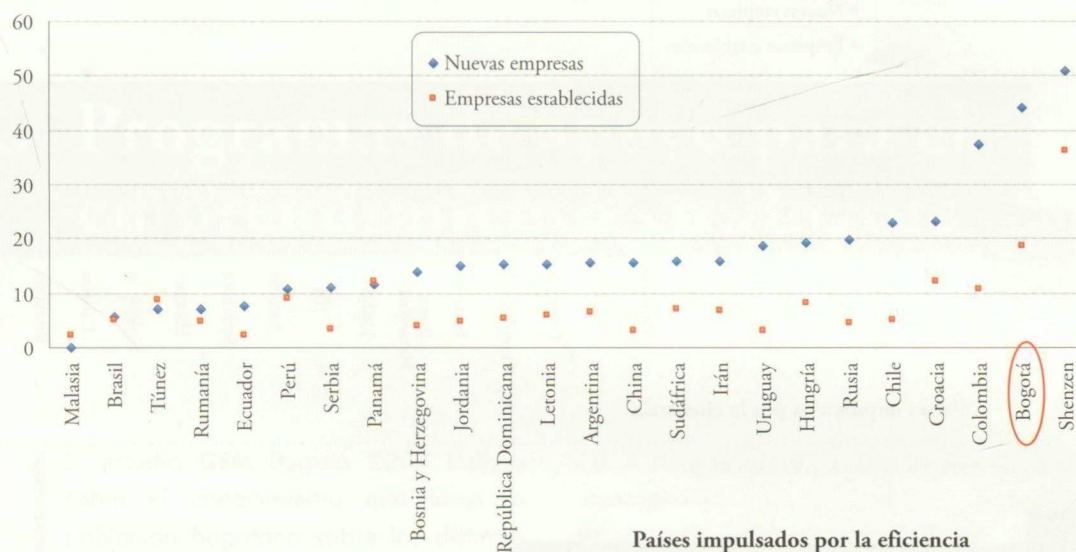


Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Gráfico 8.7.

Comparativo entre Bogotá y los países impulsados por la eficiencia sobre percepciones de los nuevos empresarios acerca de sus expectativas de alta generación de empleo (10 ó más puestos de trabajo) en los próximos cinco años, con un crecimiento mínimo del 50%.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

C. Exportaciones

GEM mide la percepción de empresarios nuevos y establecidos acerca de la posición exportadora de sus empresas y establece rangos en los cuales las empresas participan o no en mercados extranjeros. Para hacerlo, clasifica a las empresas según el porcentaje de sus clientes que residen en el exterior; estos porcentajes varían entre el 1% al 25%, el 25% al 75% y más del 75% de sus clientes fuera del país.

El gráfico 8.8 muestra que existe un grupo de países que tienen un mayor grado de internacionalización tanto en sus nuevas empresas como en las establecidas, entre los que se destacan Colombia, Croacia y Rumanía, y las ciudades de Shenzhen y Bogotá. Vale destacar algunos países en donde sus empresas establecidas tienen un mayor grado de internacionalización

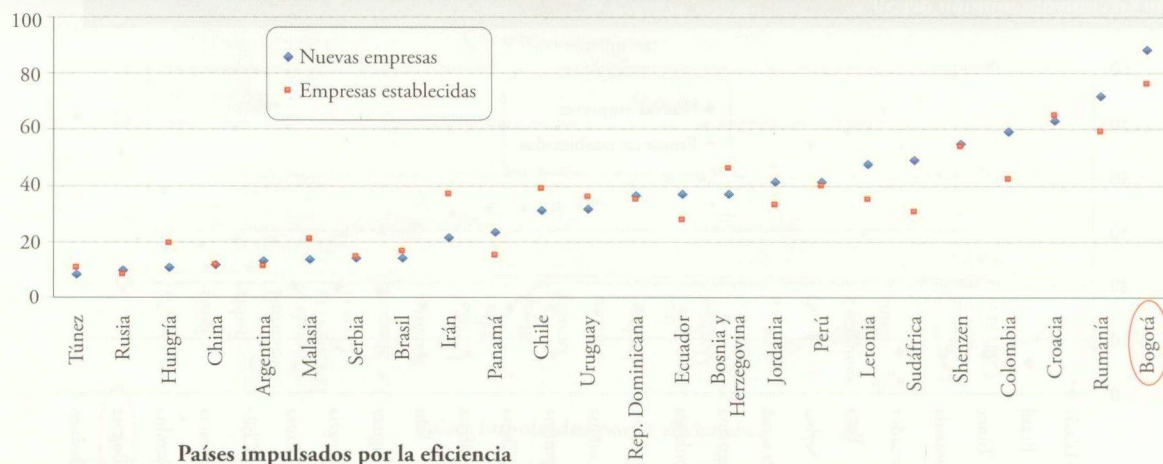
que las nuevas empresas; estos son: Hungría, Malasia, Irán, Chile y Bosnia y Herzegovina. En Bogotá, el 88% de las nuevas empresas tienen entre el 1% y el 75% de sus clientes en el extranjero. En el caso de las empresas establecidas, este porcentaje es de 75%, muy por encima de todas las economías impulsadas por la eficiencia.

Al comparar el género de los emprendedores y su vocación exportadora, las mujeres reportan un mayor grado de internacionalización que los hombres, ya que el 22% de ellas informan tener más del 25% de sus clientes en el exterior, comparado con 18% de los hombres que lo hacen (ver gráfico 8.9). El gráfico 8.10 muestra que los emprendedores de mayores ingresos reportan un mayor grado de vocación exportadora.



Gráfico 8.8.

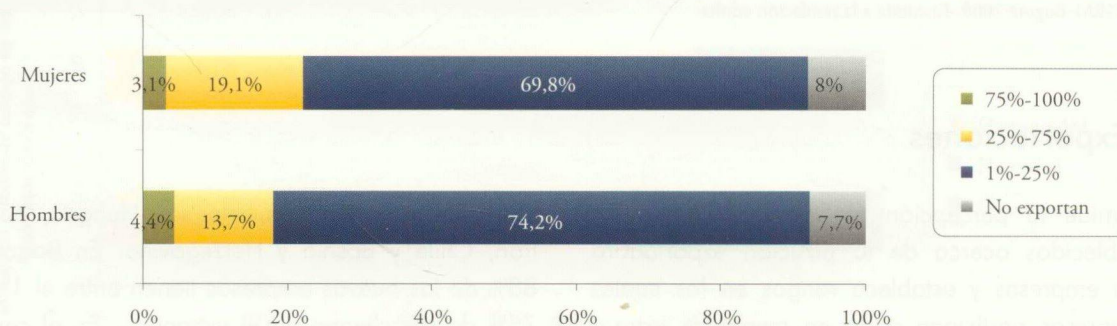
Comparativo entre Bogotá y los países impulsados por la eficiencia sobre el porcentaje de empresas nuevas y establecidas con clientes en el exterior (1% a menos del 75% de los clientes).



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 8.9.

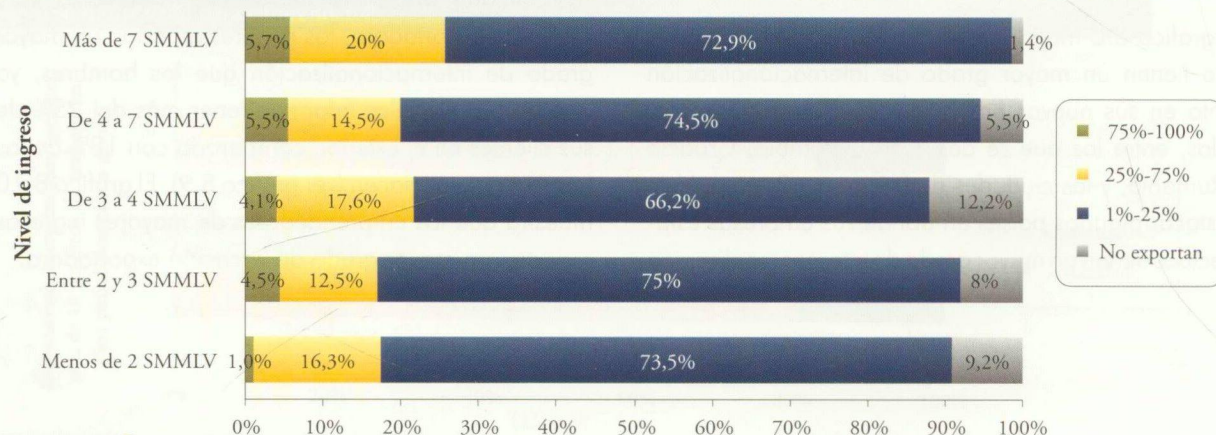
Emprendedores bogotanos según su nivel de ventas al exterior.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 8.10.

Emprendedores bogotanos según su nivel de ventas al exterior.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



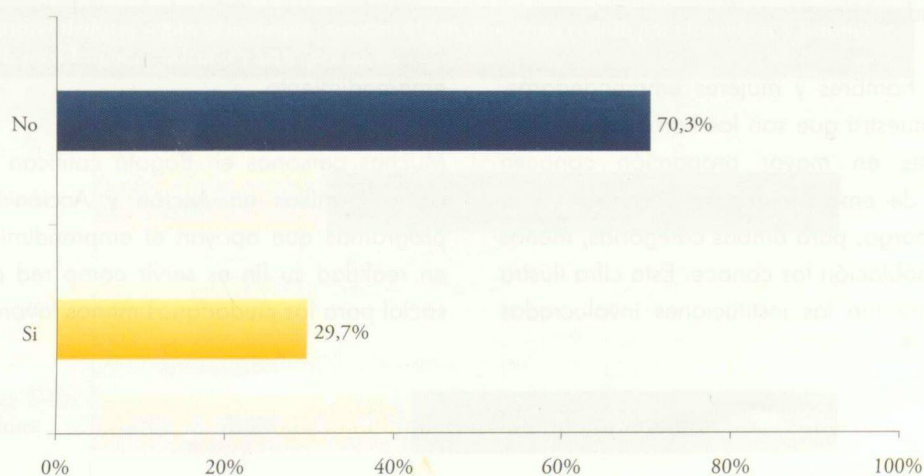
IX. Programas de apoyo para el emprendimiento en Bogotá

El estudio **GEM** Bogotá 2009 indagó sobre el conocimiento que tiene la población bogotana sobre los distintos programas de apoyo para el emprendimiento que existen en la ciudad. Como se puede apreciar en el gráfico 9.1, el 29,7% de la población en Bogotá tiene conocimiento de la existencia de algún programa dirigido a fomentar y fortalecer el emprendimiento y la creación de nuevas empresas en la capital del país.

De la población que reporta conocer algún programa de emprendimiento, el 13,4% participa en la actualidad en alguno de estos programas (ver gráfico 9.2). Algunas de las razones expuestas por encuestados para no participar en estos programas¹⁷ son la carencia de tiempo, el hecho de que su ocupación actual les imposibilita participar en ellos, o una decisión individual respecto a que, si bien la persona tiene alguna idea sobre un proyecto de emprendimiento, aún no cree que sea el tiempo de participar en alguno de estos programas.

Gráfico 9.1.

Población en Bogotá que conoce programas creados para fomentar y apoyar el proceso emprendedor en la capital.



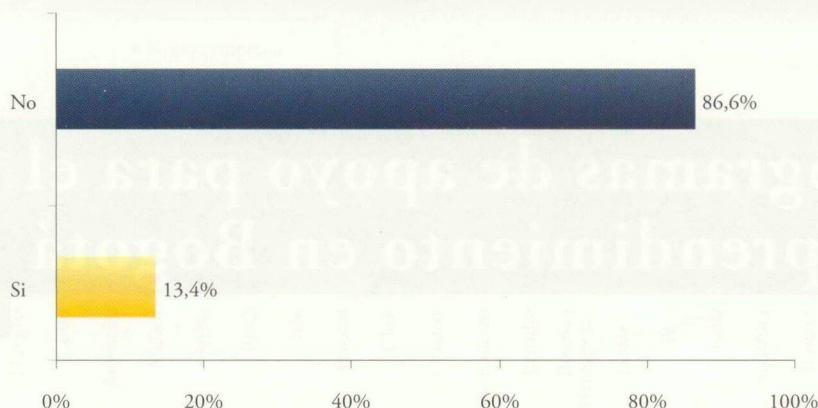
Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

¹⁷ La gran mayoría de estos programas son gratuitos.



Gráfico 9.2.

Porcentaje de personas que conocen algún programa creado para fomentar y fortalecer el emprendimiento en Bogotá y además participan en él.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

La tabla 9.1 muestra el estimativo de personas que conocen y las que participan en programas de apoyo a la creación y fortalecimiento de nuevas empresas, obtenido al extrapolar los resultados de la encuesta a la población total de Bogotá.

Como se espera, los emprendedores conocen en mayor proporción los programas para crear y fortalecer el emprendimiento en Bogotá (en comparación con los no emprendedores). Sin embargo, el gráfico 9.3 muestra que existe una alta proporción de emprendedores (61,5%) que no conocen los programas creados para apoyarlos en su proceso.

Analizando los hombres y mujeres emprendedoras, el gráfico 9.4 muestra que son los hombres emprendedores quienes en mayor proporción conocen los programas de emprendimiento existentes en la ciudad. Sin embargo, para ambas categorías, menos del 50% de la población los conoce. Esta cifra ilustra el reto que enfrentan las instituciones involucradas

en el emprendimiento en la ciudad para generar un mayor reconocimiento y divulgación de los programas por ellas prestados.

La tabla 9.2 registra algunos de los programas conocidos por la población adulta en general en Bogotá. El programa Bogotá Emprende, que administran la CCB y la Alcaldía de Bogotá, es el más conocido, con 30%. El segundo es el programa DAVINCI, ofrecido por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), con 24%. Sin embargo, si se suma el programa Fondo Emprender a la actividad del SENA resulta que esta entidad tiene un 27% de recordación en los bogotanos en cuanto a programas para el apoyo al emprendimiento.

Muchas personas en Bogotá califican a programas como Familias en Acción y Acción Social como programas que apoyan el emprendimiento, cuando en realidad su fin es servir como red de protección social para los ciudadanos menos favorecidos.



Tabla 9.1.

Estimativo de la población en Bogotá que conoce y participa en programas de apoyo a la creación de empresas.

Programas de apoyo al emprendimiento en Bogotá			
	Población entre 18 y 64 años	Personas que conocen algún programa para fortalecer el emprendimiento en Bogotá (29,7%)	Personas que además de conocer programas de emprendimiento participan actualmente en alguno de ellos
Bogotá	3.141.717	933.090	125.034

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 9.3.

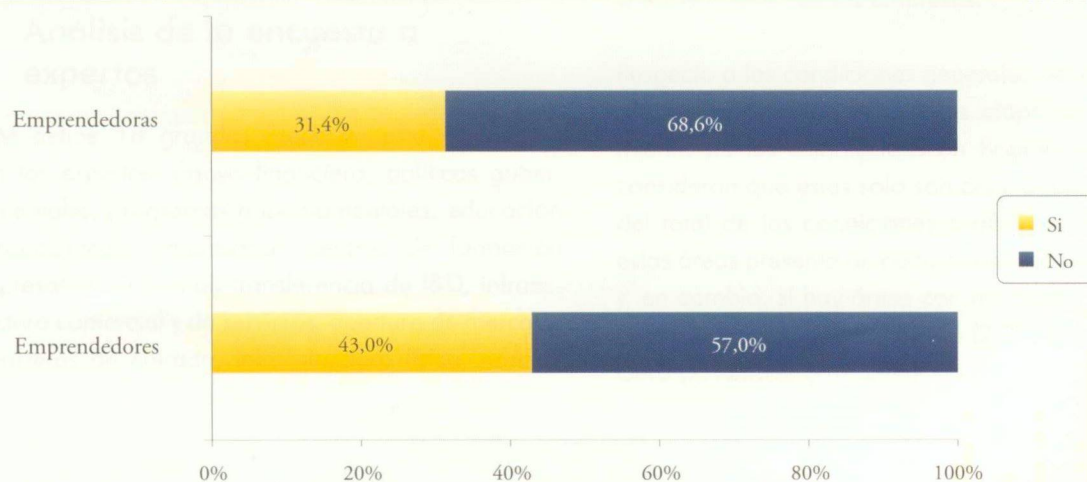
Porcentaje de la población emprendedora y la que no lo es, que conocen algún programa creado para fomentar y fortalecer el emprendimiento en Bogotá, y además participan en él.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 9.4.

Porcentaje de emprendedores según género que conocen algún programa creado para fomentar y fortalecer el emprendimiento en Bogotá y además participan en él.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Tabla 9.2.

Programas de apoyo a la creación de empresas de los que la población en Bogotá conoce y participa.

Programas de apoyo más conocidos en la ciudad	Porcentaje (%)
Bogotá Emprende - CCB -	30
DAVINCI - SENA -	24
Alcaldía de Bogotá	6
Fondo Emprender - SENA -	3
Familias en acción	2
Bancoldex	1
Acción social	1
Bogotá positiva	1
Jóvenes con empresa	1
Colciencias	1
Destapa futuro	1
Alcaldía de la localidad donde vive	1
BANCAMÍA	1
Banco de la Mujer	1
No recuerda	8
Otros	18

Fuente: GEM-Bogotá 2009, Encuesta a la población adulta.





X. Condiciones generales del entorno en que se desarrolla la creación y el crecimiento de las nuevas empresas en Bogotá

Aparte de la encuesta a la población adulta, la metodología **GEM** incluye en sus componentes la recolección de opiniones de expertos en emprendimiento. Esos expertos se clasifican en los siguientes grupos: académicos, empresarios, financieros, asesores y funcionarios gubernamentales. En el año 2009, **GEM-Bogotá** realizó 15 entrevistas en profundidad a expertos en la ciudad y analizó con ellos las condiciones generales del entorno que afectan la creación y el crecimiento de las empresas en Bogotá.

A. Análisis de la encuesta a expertos

GEM define 18 grandes áreas en esta evaluación con los expertos: apoyo financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y capacitación empresarial, centros de formación empresarial no formal, transferencia de I&D, infraestructura comercial y de servicios, apertura de mercado y barreras de entrada, infraestructura física, normas

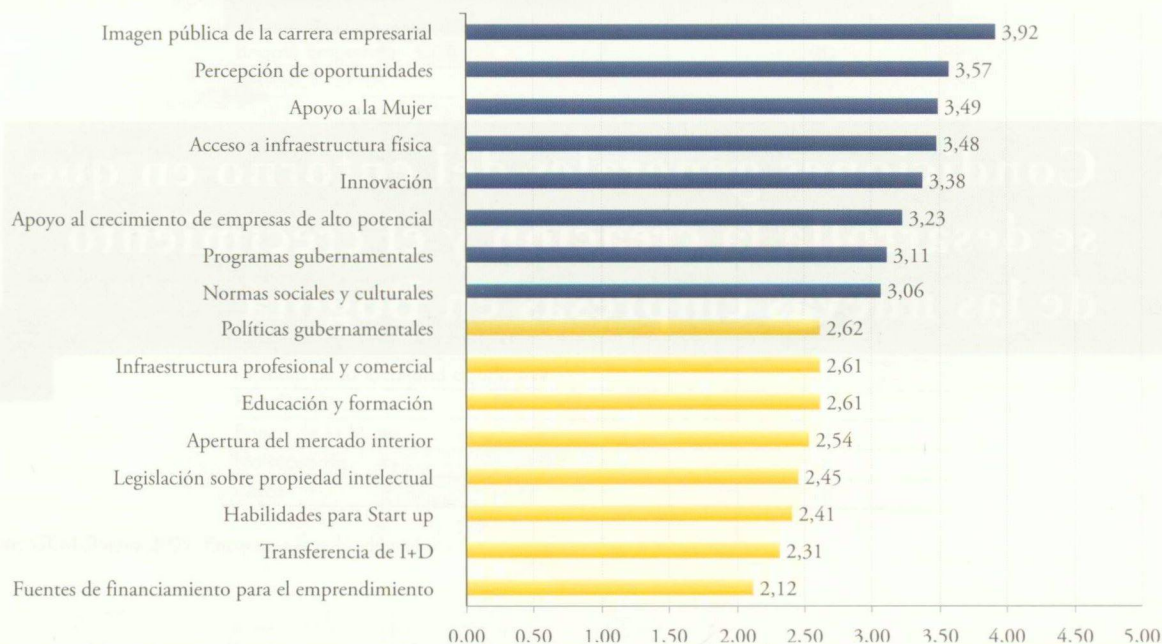
sociales y culturales, percepción de oportunidades, habilidades para formar una nueva empresa, imagen pública de la carrera empresarial, legislación sobre la propiedad intelectual, apoyo a la mujer emprendedora, apoyo para el crecimiento de empresas de rápido crecimiento, interés por la innovación y asesoría externa para los nuevos emprendimientos. Estas áreas, con sus factores, y todos los elementos de la encuesta se califican por los expertos de 1 a 5 (escala de Likert), siendo 5 un indicativo de que ese factor es altamente favorable al entorno de creación y/o crecimiento de las empresas.

Respecto a las condiciones generales del entorno que afectan la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas en Bogotá, los expertos consideran que estas sólo son aceptables en la mitad del total de las condiciones evaluadas. Ninguna de estas áreas presenta un comportamiento sobresaliente y, en cambio, sí hay áreas con resultados muy bajos, como la transferencia de I+D (2,31) y apoyo financiero (2,12). (ver gráfico 10.1).



Gráfico 10.1.

Evaluación de las condiciones del entorno para la creación de empresas en Bogotá.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

B. Información detallada relacionada con las condiciones del entorno

Los siguientes gráficos y tablas muestran en forma detallada la percepción de los expertos sobre las condiciones del entorno en la capital del país. Cada condición cuenta con un gráfico en la que se muestra la clasificación del experto, donde 1 significa "totalmente en desacuerdo" y 5 significa "totalmente cierto". Los gráficos que acompañan este análisis muestran que las barras de color verde son factores del entorno que presentan una situación más que propicia; las barras de color azul indican condiciones adecuadas; las barras de color oro

muestran condiciones no deseables y las barras de color naranja indican condiciones críticas que limitan y restringen el contexto emprendedor. Igualmente, se presentan tablas con datos referentes a cada condición¹⁸.

Según los expertos, las cuatro condiciones más críticas son las fuentes de financiamiento para el emprendimiento, la transferencia de I+D, las habilidades para emprender y la legislación sobre la propiedad intelectual.

¹⁸ Las gráficos y tablas muestran los detalles para las cuatro condiciones peor calificadas y las cuatro con mejor percepción.



En relación con el acceso a los mercados financieros, la opinión de los expertos concuerda con lo expuesto en el capítulo VII sobre las fuentes de recursos más utilizadas por los emprendedores, donde se expresó que en Bogotá los nuevos empresarios dependen casi exclusivamente de sus propios recursos o de los de su entorno (familia, compañeros de trabajo, amigos), dado que las otras fuentes de financiación, exceptuando a la banca formal, son apenas incipientes. Las calificaciones más bajas se dieron a mecanismos de financiación tradicionales para las empresas

establecidas, como la oferta insuficiente de fondos de capital de riesgo y las limitaciones para la salida a bolsa de las empresas (ver gráfico 10.2). Vale la pena mencionar que este aspecto ha mejorado en alguna medida en los últimos años, con la creación de fondos de capital de riesgo, algunos incluso creados para fomentar y fortalecer sectores estratégicos para Colombia como el de las tecnologías de información y la agroindustria. La tabla 10.1 compara los resultados de la encuesta en Bogotá respecto a Colombia.

Gráfico 10.2.

Evaluación de las fuentes de financiamiento para la creación de empresas en Bogotá.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Tabla 10.1.

Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares sobre las condiciones de financiación en Colombia.

Apoyo financiero

	Bogotá	Colombia
Hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,47	2,53
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,40	2,34
Hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	2,40	2,32
Hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,00	2,06
Hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,93	1,94
Hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,33	1,52

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

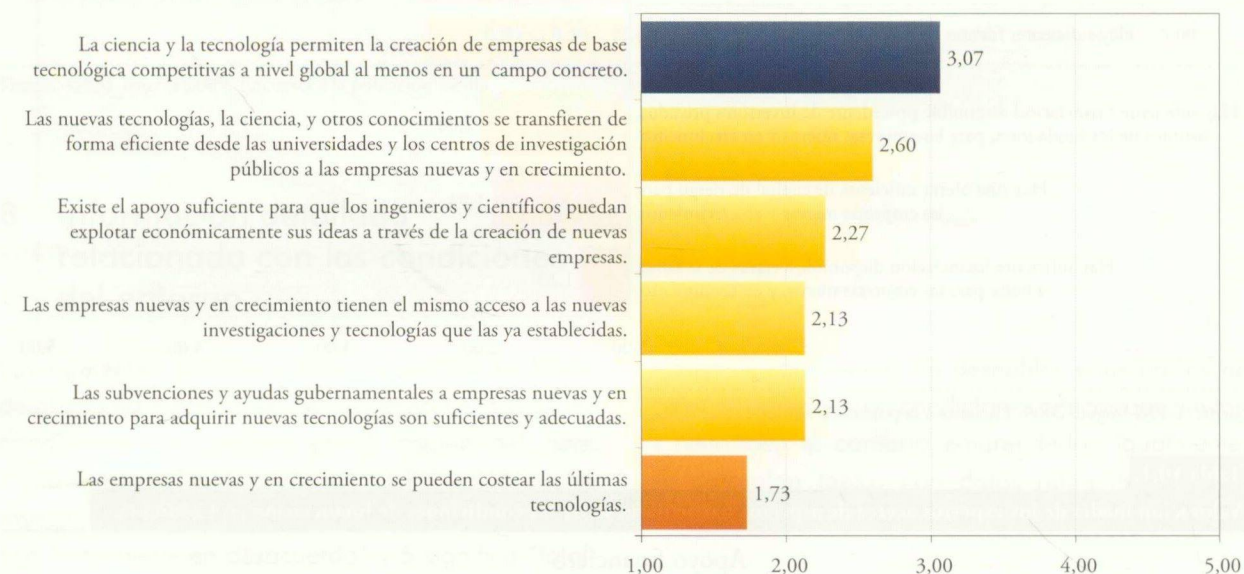


Otro de los aspectos mal evaluados por los expertos fue la transferencia de I+D. Según ellos, la ciencia y tecnología promueven la creación de empresas de base tecnológica, lo que su vez impacta positivamente en la competitividad de los países (Alegre y López, 2003)¹⁹. Sin embargo, no existe un apoyo suficiente – especialmente de entidades públicas – para que los investigadores puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de una empresa o un *spin-off*²⁰. Asimismo, se evidencian grandes dificultades para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir las últimas tecnologías (ver gráfico 10.3). Un punto para resaltar es que en todas las categorías Bogotá presenta un comportamiento levemente mejor que el promedio en Colombia (ver tabla 10.2).

La percepción de los expertos sobre las habilidades de los colombianos para iniciar una nueva empresa fue otro de los factores peor evaluados. Ellos perciben que los colombianos pueden de cierta manera reaccionar frente a una oportunidad empresarial, sin embargo no consideran que tengan los conocimientos y capacidades suficientes para su creación y dirección, principalmente cuando se trata de una oportunidad que ofrece un alto potencial de crecimiento (ver gráfico 10.4). Ninguna de estas categorías tuvo una calificación por lo menos adecuada. En comparación con Colombia, los expertos no consideran que los bogotanos presenten una mejor condición para crear y dirigir empresas que el resto de la población del país (ver tabla 10.3).

Gráfico 10.3.

Evaluación de la transferencia de I&D.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

¹⁹ Alegre, B.G. & López, I.M. (2003). Las empresas innovadoras de base tecnológica como fuente de desarrollo económico sostenible. Disponible en: <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/D82C4DCB-5DBC-401B-920E-58808A6DEEF7/79643/24BELENGOI.pdf>. Recuperado el 05 de Junio de 2010,

²⁰ Spin-off es un término anglosajón que se refiere a la creación de un proyecto que surge de otro anterior. En el campo empresarial, la palabra spin-off hace referencia a las empresas que se crean dentro del seno de una ya existente, como iniciativa de una(s) persona (s), empleada(s) de la misma.



Tabla 10.2.

Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares sobre las políticas del Gobierno nacional, en relación con el emprendimiento.

Transferencia de I+D

	Bogotá	Colombia
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	1,73	1,76
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2,13	1,94
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2,13	2,00
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2,27	2,18
Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	2,60	2,36
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global, al menos en un campo concreto.	3,07	3,00

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 10.4.

Evaluación de la percepción de los expertos sobre las habilidades de los bogotanos para emprender.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



Tabla 10.3.

Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares sobre las políticas del Gobierno nacional, en relación con el emprendimiento.

Habilidades para iniciar una nueva empresa

	Bogotá	Colombia
Mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento.	2,07	2,18
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa.	2,13	2,27
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas.	2,47	2,50
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa.	2,60	2,56
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio.	2,80	2,64

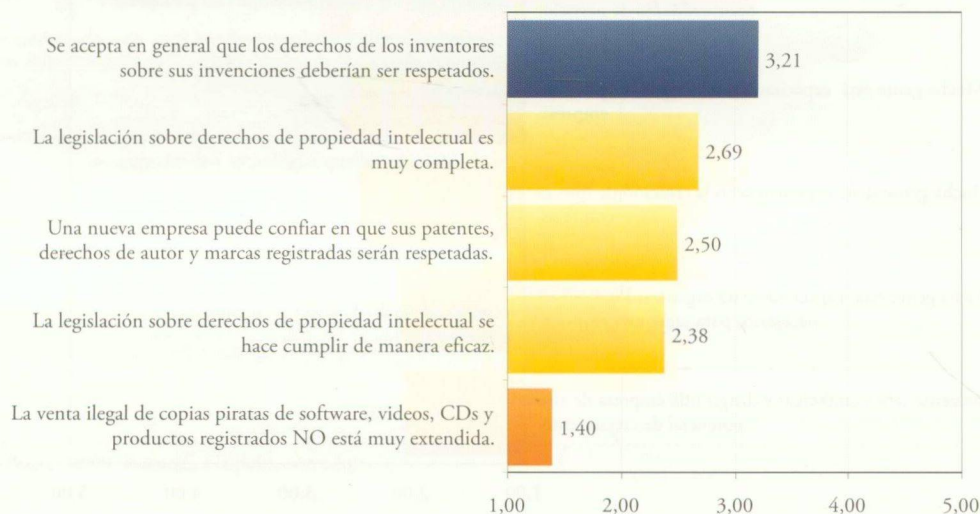
Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Otra condición que se evalúa es protección a la propiedad intelectual. Según los expertos, la venta ilegal de software y otros productos en los cuales el valor está atado al conocimiento sigue preocupando. No consideran que la protección a los derechos de propiedad

intelectual que existe en el país sea completa, ni que la que existe se cumpla eficazmente. Sin embargo, perciben que la sociedad en general respeta en algún grado los derechos de los autores sobre sus invenciones, como se muestra en el gráfico 10.5.

Gráfico 10.5.

Evaluación sobre las condiciones de propiedad intelectual con las que cuenta Bogotá.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

**Tabla 10.4.**

Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares sobre las políticas del Gobierno nacional, en relación con el emprendimiento.

Legislación propiedad intelectual

	Bogotá	Colombia
La venta ilegal de copias piratas de software, videos, CD y productos registrados no está muy extendida.	1,40	1,47
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	2,38	2,27
Una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	2,50	2,55
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa.	2,69	2,59
Se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	3,21	3,00

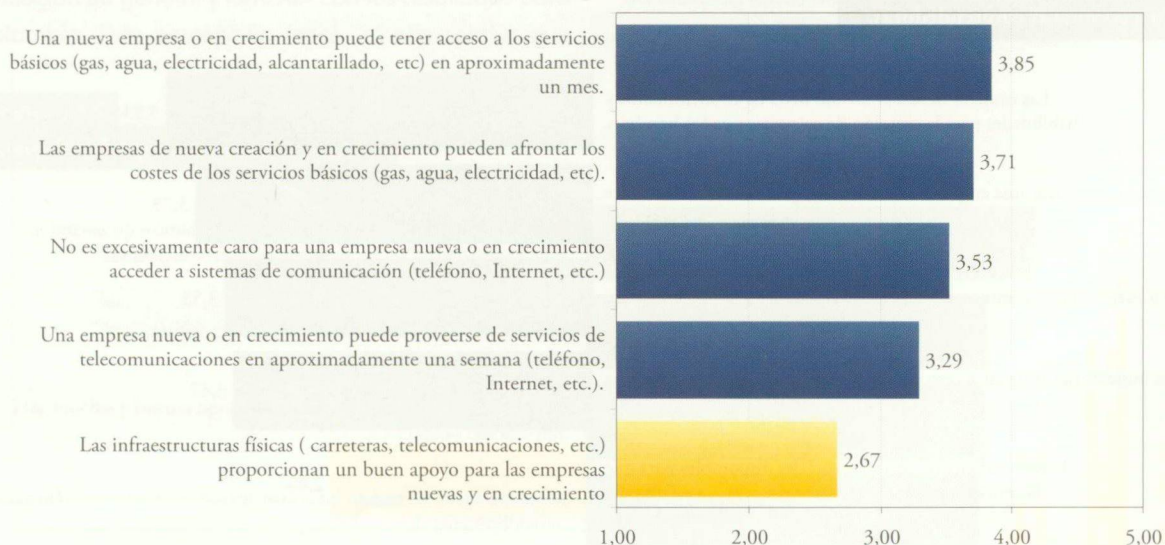
Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Por otro lado, se evidencian condiciones que presentan un nivel adecuado dentro del contexto emprendedor, como el acceso a la infraestructura física, el apoyo a la mujer para emprender, la percepción de oportunidades y la imagen pública de la carrera empresarial. Respecto a la infraestructura física, la calificación promedio fue de 3,48 (ver gráfico 10.6), una

evaluación que considera aceptables las condiciones, los costos de servicios públicos y acceso y costos de proveedores de servicios de telecomunicaciones. Sin embargo, como ocurre en el resto del país, las carreteras y las telecomunicaciones actuales siguen siendo factores críticos en el entorno para emprender (ver tabla 10.5).

Gráfico 10.6.

Evaluación sobre las condiciones de infraestructura física con las que cuenta el país.



Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

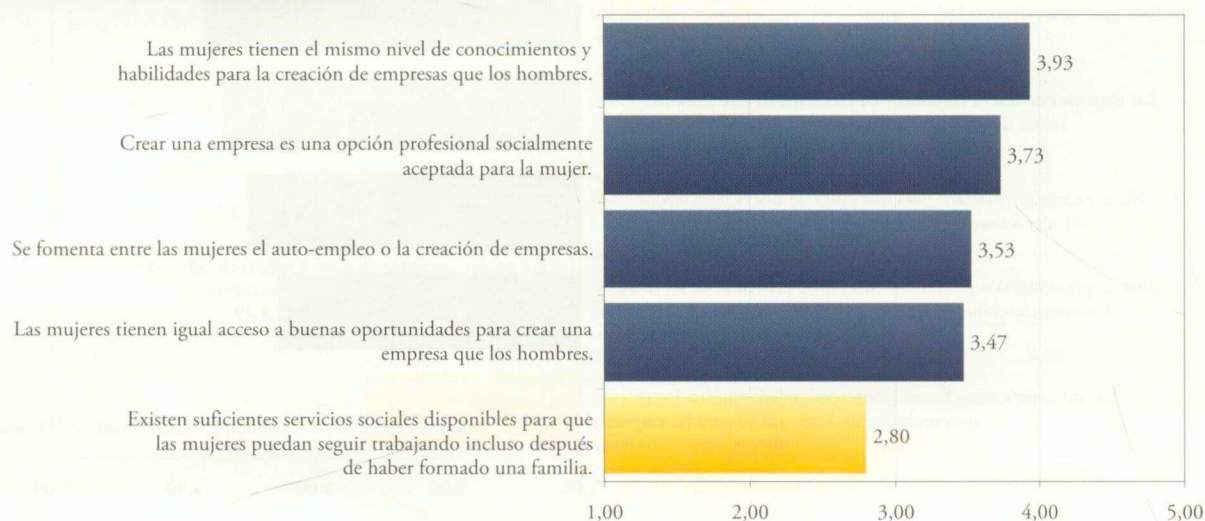
**Tabla 10.5.****Valoración media de los expertos acerca de las condiciones de infraestructura física con las que cuenta Bogotá y Colombia.****Infraestructura física**

	Bogotá	Colombia
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etcétera) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,67	2,76
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, internet, etcétera).	3,53	3,71
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, internet, etcétera).	3,29	3,52
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etcétera).	3,71	3,33
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etcétera) en aproximadamente un mes.	3,85	3,83

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

El siguiente factor mejor evaluado fue el apoyo a la mujer emprendedora. Los expertos consideran, en general, que las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades que sus pares hombres y además que la opción de emprender es una elección profesional socialmente aceptada. Sin embargo, hay

necesidad de mejorar en los servicios sociales para que la condición de mujer no signifique un obstáculo para la actividad emprendedora, después de haber conformado una familia. Esta categoría sigue siendo la peor calificada tanto en Bogotá como para Colombia en general (ver gráfico 10.7 y tabla 10.6).

Gráfico 10.7.**Apoyo a las nuevas emprendedoras.**

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

**Tabla 10.6.****Valoración media de los expertos sobre el apoyo a la mujer emprendedora.****Apoyo a la mujer para crear empresa**

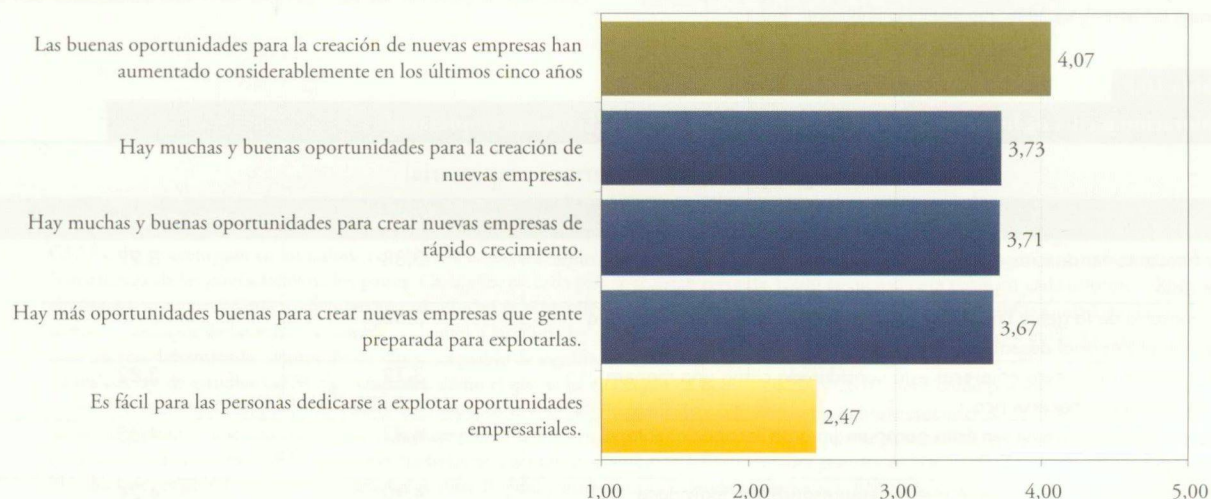
	Bogotá	Colombia
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando, incluso después de haber formado una familia.	2,80	2,58
Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	3,47	3,42
Se fomenta entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas.	3,53	3,45
Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	3,73	3,50
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	3,93	4,03

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Un factor bien evaluado fue la percepción de oportunidades de la población general en Bogotá. Los expertos creen que las oportunidades para crear nuevas empresas han venido creciendo a lo largo de los últimos cinco años y le dan una calificación muy positiva (ver gráfico 10.8 y tabla 10.7) a este punto. Los expertos perciben mejores oportunidades en la capital del país que en el resto de Colombia.

El factor mejor evaluado por los expertos es la valoración social de la carrera empresarial, aspecto en el cual coinciden con los resultados de la encuesta a la población en general y también con los resultados para Colombia. Esta percepción refleja el alto estatus que

en Bogotá y en Colombia significa tener una carrera empresarial. Igualmente, los expertos piensan que la sociedad en general valora al empresario y lo visualiza como una persona altamente ingeniosa y competente, al tiempo que gozan de un gran reconocimiento y prestigio social. La categoría con menor calificación fue la del cubrimiento por los medios de comunicación sobre las historias de los empresarios de éxito. Pese a esto, los expertos le dan una baja calificación a la idea de que los colombianos consideren la creación de una empresa como un camino para generar niveles altos de ingreso (ver gráfico 10.9 y tabla 10.8). Los expertos ven un elevado entusiasmo por el emprendimiento, pero las aspiraciones de los empresarios son bajas.

Gráfico 10.8.**Percepción de oportunidades en Bogotá.**

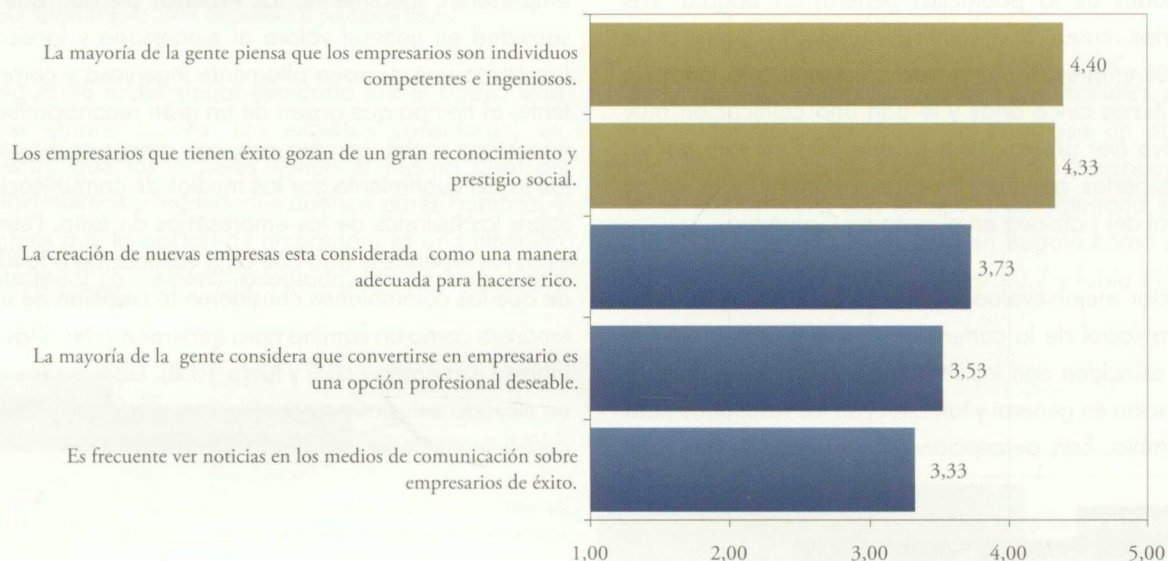
Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



**Tabla 10.7.****Valoración media de los expertos acerca de la percepción de la población para emprender.****Percepción de oportunidades**

	Bogotá	Colombia
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales.	2,47	2,47
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas.	3,67	3,65
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento.	3,71	3,48
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas.	3,73	3,74
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años.	4,07	3,76

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Gráfico 10.9.**Percepción de oportunidades en Bogotá.**

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.

Tabla 10.8.**Valoración media de los expertos acerca de la imagen pública de la carrera empresarial.****Imagen pública de la carrera empresarial**

	Bogotá	Colombia
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito.	3,33	3,27
La mayoría de la gente considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable.	3,53	3,53
La creación de nuevas empresas está considerada como una manera adecuada para hacerse rico.	3,73	3,82
Los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social.	4,33	4,35
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos.	4,40	4,24

Fuente: GEM-Bogotá 2009. Encuesta a la población adulta.



XI. Comparaciones entre Bogotá y otras ciudades en América Latina y en el mundo, según la metodología GEM

Aparte de la comparación entre la dinámica del emprendimiento en Bogotá y el resto de Colombia que se ha realizado hasta ahora, es posible utilizar la información de **GEM** para ubicar a la ciudad en el contexto de otras grandes ciudades en América Latina y en el mundo. El estudio **GEM** se efectúa actualmente en 56 países, en cada uno de los cuales se toma información en la capital y también en otras ciudades. En principio, entonces, es posible comparar a Bogotá con otras ciudades del mundo donde se realiza el estudio

GEM. No obstante, en ese momento no es posible hacer esa comparación para un solo año, sino que es necesario agregar los datos de varios años para las diferentes ciudades, antes de examinarlos. Por tanto, los datos que se presentan a continuación no coinciden con los analizados en los capítulos anteriores de este informe. Mientras en las páginas precedentes se examinó la situación de Bogotá en el año 2009, en este capítulo se analizan los resultados promedio obtenidos por Bogotá y otras ciudades durante varios años a lo largo de la presente década²¹.

²¹ En la actualidad no es posible comparar para el mismo año los datos de dos ciudades que hayan participado en un estudio GEM, con excepción de las ciudades de Bogotá y Shenzhen. Esto es así porque hasta ahora, con las dos excepciones citadas, el esfuerzo de medición de investigación de GEM se ha concentrado en los países. Los diseños muestrales que han servido como base para la aplicación de las encuestas han buscado reflejar la estructura de las poblaciones de los países. Cada año, en cada país se realizan cerca de 1.200 encuestas para producir cada informe GEM, pero el número de encuestas que se efectúan en cada ciudad es muy inferior, pues refleja la participación de la población de la ciudad en el país. Por tanto, los tamaños de las muestras correspondientes a las ciudades son pequeños y esto hace difícil comparar resultados entre distintas ciudades para un año determinado, dentro de un rango aceptable de significancia estadística.

La realización de estudios GEM para ciudades, como el que se ha ejecutado en Bogotá en 2009-2010, tiene como propósito superar esta limitación. Sin embargo, aunque la información tomada en el año 2009 a partir de 2.000 encuestas permite entender con mucha mayor claridad que en el pasado lo que está ocurriendo con el emprendimiento en la ciudad, no es posible comparar para este mismo año a Bogotá con otras ciudades donde se realiza GEM, pues esas ciudades no cuentan con muestras suficientemente grandes en este año.

No obstante, es posible realizar comparaciones entre Bogotá y otras ciudades donde se realiza el GEM, si se acepta que la comparación no se realizará para un año específico, sino para el conjunto de varios años. La metodología consiste en agregar los datos disponibles correspondientes a varios años para las ciudades, hasta tener mejores tamaños de las muestras (Acs et al., 2008). Esto permite aprovechar las ventajas de la información existente y realizar una primera mirada comparativa sobre el estado del emprendimiento en diversas ciudades.



Para llevar a cabo este ejercicio, los realizadores del informe **GEM-Bogotá** obtuvieron los datos correspondientes a las encuestas **GEM** realizadas en Venezuela, Panamá, Ecuador, Brasil y Chile. De allí, se seleccionó un conjunto de ciudades respecto a las cuales Bogotá tendría interés en compararse. También se utilizó, en lo posible, información recolectada por los investigadores Acs, Bosma y Sternberg²².

La tabla 11.1 registra una primera comparación entre las percepciones de las oportunidades que tienen los habitantes de distintas ciudades del mundo, la actividad efectiva en emprendimiento que se verifica en ellas, y las brechas que separan a las percepciones y los deseos de las ejecuciones efectivas. Con base en las preguntas incluidas en la encuesta **GEM**, es posible identificar una medida de distancia entre las percepciones que tienen las personas sobre las

oportunidades de negocios que existen en su medio inmediato, la evaluación que hacen de sus propias capacidades como emprendedores, y sus acciones efectivas orientadas a crear empresas.

Se puede apreciar cómo los valores de la TEA son más altos en las ciudades ubicadas en países de menor desarrollo. Como se examinó antes, los costos de oportunidad del emprendimiento son menores en los países menos desarrollados, porque no cuentan con suficientes empleos bien pagados para su población, de manera que la idea de sacrificar una vida como empleado no es relevante para muchas personas en la población, porque esos empleos no existen. Las ciudades de América Latina aparecen encabezando la lista en cuanto tienen los valores más altos de TEA. Bogotá, en particular, tiene el mayor valor de TEA entre todas las ciudades examinadas.

Tabla 11.1.

Comparación de percepciones y actividad emprendedora en un grupo de ciudades del mundo.

	Percepción de Oportunidades	Percepción de Capacidades	Percepción de Oportunidades & Capacidades	TEA	TEA-Oportunidad	Brecha: Oportunidades y Capacidades - TEA	Brecha como % de Oportunidades y Capacidades
Bogotá	58,4	68,2	39,8	22,8	14,8	17,0	42,8
Guayaquil	48,0	74,6	35,8	16,3	12,1	19,5	54,5
Santiago de Chile	47,0	63,2	29,7	11,6	8,2	18,1	60,9
Caracas	50,7	52,8	26,8	15,2	10,7	11,6	43,2
Sao Paulo	40,6	61,3	24,9	16,1	10,1	8,8	35,3
Quito	32,6	74,8	24,4	15,0	11,1	9,4	38,5
Sydney	47,0	50,0	23,5	11,2	7,5	12,3	52,3
Vancouver	45,0	52,0	23,4	11,8	8,4	11,6	49,6
Rio de Janeiro	38,5	54,2	20,9	14,2	9,5	6,7	31,9
Buenos Aires	34,0	61,0	20,7	14,7	6,8	6,0	29,1
Toronto	37,0	53,0	19,6	9,8	6,7	9,8	50,0
Shenzhen	46,0	41,0	18,9	11,0	7,8	7,9	41,7
Barcelona	39,0	46,0	17,9	6,8	4,4	11,1	62,1
Madrid	38,0	46,0	17,5	6,9	4,4	10,6	60,5
New York	24,0	51,0	12,2	11,2	7,7	1,0	8,5
Johannesburg	24,0	34,0	8,2	6,5	2,9	1,7	20,3
Singapur	16,0	25,0	4,0	5,7	4,0	-1,7	-42,5
Tokio	7,0	11,0	0,8	1,8	0,9	-1,0	-133,8

Fuente: Acs et al. (2008) y estudios GEM de países en América Latina.

²² Zoltan, A., Bosma, N. & Sternberg, R. (2008). The Entrepreneurial Advantage of World Cities- Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data. JENA Economic Research Papers in Economics, Max Planck Institute. Disponible en: <http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/H200810.pdf>. Recuperado el 07 de junio de 2010.



Bogotá resulta también la ciudad con el valor más alto en cuanto al porcentaje de sus habitantes que percibe buenas oportunidades de negocios en su entorno inmediato (58,4%), y una de las más altas en cuanto a la forma como los habitantes evalúan sus propias capacidades para el emprendimiento.

La combinación de percepciones de oportunidad y percepciones de capacidad ofrece una medida del porcentaje de habitantes de una ciudad que, en principio, podrían proceder a ejecutar alguna idea de negocios en la práctica. Si se toma este porcentaje de habitantes que podrían ser emprendedores potenciales y se le compara con los niveles de la TEA (que recoge a aquellas personas que han iniciado en los hechos la creación de su empresa) se tiene una visión sobre el tamaño de una “brecha potencial de emprendimiento” que existe en cada ciudad. En otras palabras, tener altos niveles de TEA puede ser satisfactorio, pero hay que entender también qué pasa con aquellas personas que podrían formar parte de la TEA, pero nunca llegan a tomar acciones para crear empresa.

En la tabla 11.1 esta brecha se expresa como una diferencia simple en puntos porcentuales entre la TEA y el producto de percepción de oportunidades y percepción de capacidades, y también como un porcentaje que expresa a la TEA como proporción del producto de percepción de oportunidades y percepción de capacidades. Esta última medida permite identificar

el tamaño de la brecha, independiente del nivel de las variables que la componen. Esta medida corrobora cómo la proporción de oportunidades perdidas es alta en muchas ciudades del mundo, independientemente de su grado de desarrollo.

Con base en la información obtenida por los informes nacionales **GEM**, pueden compararse los principales componentes del fenómeno del emprendimiento en Bogotá y una serie de ciudades de América Latina. En la tabla 11.2 aparecen las ciudades seleccionadas y las variables que, de acuerdo con la metodología **GEM**, permiten analizar las actitudes y percepciones relacionadas con el emprendimiento.

Aquí se puede apreciar cómo Bogotá se destaca por los altos porcentajes de sus habitantes que tienen actitudes favorables al emprendimiento. Aparte de las oportunidades y capacidades percibidas, examinadas en la tabla 11.2 en un contexto más amplio, Bogotá aparece como la ciudad en donde más personas afirman tener la intención de iniciar una empresa en el curso de los siguientes tres años y donde menos personas consideran que el miedo al fracaso sería un factor que les impediría realizar su emprendimiento. Asimismo, dentro de la muestra de ciudades latinoamericanas analizada, Bogotá registra el más alto número de personas que opina que la actitud de los medios de comunicación es favorable a los emprendedores y que el emprendimiento es una buena oportunidad de carrera.

Tabla 11.2.

Actitudes y percepciones relacionadas con el emprendimiento en algunas ciudades de América Latina.

	Bogotá	Santiago	Rio de Janeiro	Sao Paulo	Quito	Guayaquil	Caracas
Oportunidad percibida	58,4	47,0	38,5	40,6	32,6	48,0	50,7
Capacidades percibidas	68,2	63,2	54,2	61,3	74,8	74,6	52,8
Miedo al fracaso	30,8	33,6	48,3	49,1	32,4	31,7	26,1
Intenciones	65,7	35,4	13,6	2,8	36,6	45,7	30,4
Estatus	70,6	68,7	58,0	57,6	64,4	75,3	66,5
Atención de los medios	76,5	46,9	58,7	62,6	48,8	66,2	43,0
El emprendimiento es una buena oportunidad de carrera	87	77,7	50,4	43,3	72	80,8	70,8

Fuente: Estudios GEM nacionales.



A la luz de estos resultados, Bogotá se muestra como un entorno excepcionalmente receptivo a las iniciativas de emprendimiento en el contexto latinoamericano, desde el punto de vista de las actitudes de sus habitantes.

Un segundo bloque de variables se refiere a las actividades que realizan los individuos en relación con la creación y el desarrollo de sus empresas (ver tabla

11.3). Bogotá se confirma como la ciudad que, dentro de este grupo, presenta la tasa más alta de actividad emprendedora (TEA). Sin embargo, la proporción de personas que afirma tener negocios establecidos (han pagado salarios durante más de tres años y medio) es relativamente baja, en comparación con otras ciudades latinoamericanas como Río de Janeiro, Sao Paulo y Guayaquil.

Tabla 11.3.

Medidas de actividad en emprendimiento en algunas ciudades de América Latina

	Bogotá	Santiago	Río de Janeiro	Sao Paulo	Quito	Guayaquil	Caracas
TEA	22,8	11,6	14,2	16,1	15	16,3	15,2
Emprendimiento Naciente	11,6	6,9	3,2	2,1	10,8	6,4	13,6
Nuevos Negocios	12,1	5,1	11,1	13,9	7,3	9,7	4,8
Negocios Establecidos	9,4	7,5	14,6	20,4	8,5	13,9	8,5
Motivación de Oportunidad	64,9	70,7	66,9	62,5	74	74,5	70,4
Motivación de Necesidad	31,6	26,5	33,1	36,8	24	24,8	27,8
Otra Motivación	3,5	2,8	0	0,7	2	0,7	1,8
Descontinuación de negocios en el año anterior	5,8	4,1	2,6	3,1	5,6	6,2	1,8

Fuente: Estudios GEM nacionales.

En cuanto al perfil de las motivaciones que llevan a las personas a crear empresas, Bogotá parecería tener una tasa relativamente alta de emprendimiento por oportunidad, en la medida en que cerca del 65% de la TEA está compuesto por personas que siguen esta motivación. Sin embargo, esta es una de las tasas de emprendimiento por oportunidad más bajas dentro del conjunto de ciudades analizadas. Así mismo, Bogotá muestra un porcentaje relativamente alto de emprendedores que afirman haber iniciado sus negocios movidos por la necesidad.

La descontinuación de negocios parece también un factor desfavorable para la ciudad. Dentro del grupo analizado, Bogotá es, junto a Quito y Guayaquil, la ciudad donde se observa el porcentaje más alto de personas que afirma haber descontinuado o abandonado un negocio durante el año inmediatamente anterior.

Las medidas que permiten aproximarse a las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores respecto a sus empresas muestran que en Bogotá

esta vocación de crecimiento es relativamente importante, en comparación con otras ciudades de América Latina (ver tabla 11.4).

El porcentaje de emprendedores que forman parte de la TEA y creen que su negocio generará más de cinco empleos después de cinco años de fundado, es el más alto entre todas las ciudades latinoamericanas analizadas. Por otro lado, el porcentaje de emprendedores que utilizan tecnologías relativamente avanzadas, creadas hace menos de cinco años, es también el más alto entre todas las ciudades estudiadas. Esto es igualmente cierto en los casos de los emprendedores establecidos (que empezaron a pagar salarios hace más de tres años y medio). Estos indicadores muestran que hay una disposición de los emprendedores a buscar oportunidades de crecimiento y a concebir sus empresas como proyectos de envergadura, con alto potencial hacia el largo plazo.

Esto contrasta, sin embargo, con las tasas relativamente bajas de empresarios establecidos en comparación con otras ciudades de América Latina que



resultan del estudio **GEM**. Un tema de investigación importante hacia adelante será identificar las razones por las cuales las intenciones de persistencia y crecimiento declaradas por los emprendedores bogotanos no se concretan en tasas de emprendimientos establecidos que sean superiores a las del resto de Colombia, o de otras ciudades de América Latina.

Además, es importante examinar las características de los propios emprendedores bogotanos y sus semejanzas y diferencias con los de otras ciudades de América Latina. La tabla 11.5 sintetiza los principales hallazgos en este sentido.

Tal como ocurre con la comparación dentro de Colombia, la tasa de actividad emprendedora en Bogotá se destaca por su alto componente de hombres

frente a mujeres involucrados en esta actividad. Dentro de las ciudades latinoamericanas examinadas, Bogotá tiene el mayor porcentaje de hombres en su tasa de actividad emprendedora.

Por otra parte, el porcentaje de emprendedores que se ubica dentro de la población más joven (18 a 24 años, según la escala de edad analizada por **GEM**), es uno de los más bajos en el grupo de referencia. En realidad, la distribución de la población a lo largo de los diferentes rangos de edad parece más uniforme que en otros países donde se realiza el estudio **GEM**. Bogotá tiene menos personas que la mayoría en el rango de edad más baja y más personas que la mayoría en el rango más alto. El grueso de la población emprendedora se concentra en las edades que van de 25 a 45 años.

Tabla 11.4.

Aspiraciones de los empresarios respecto a sus negocios.

	Bogotá	Santiago	Rio de Janeiro	Sao Paulo	Quito	Guayaquil	Caracas
Emprendedores dentro de la TEA							
Emprendedores TEA que aspiran a generar más de 5 empleos después de los primeros 5 años de vida de la empresa	19,3	14,0	2,5	1,8	9,3	0,0	12,5
Emprendedores TEA que utilizan tecnologías de edad inferior a 5 años	43,5	34,6	23,4	14,6	34,4	28,2	29,6
Emprendedores TEA que utilizan tecnologías de edad superior a 5 años	56,5	65,4	76,6	85,4	65,6	71,8	70,4
Empresarios establecidos							
Empresarios Establecidos que aspiran a generar más de 5 empleos después de los primeros 5 años de vida de la empresa	14,3	16,8	8,9	6,8	11,9	10,8	15,4
Empresarios Establecidos que utilizan tecnologías de edad inferior a 5 años	21,0	20,3	17,1	14,3	12,1	11,0	5,7
Empresarios Establecidos que utilizan tecnologías de edad superior a 5 años	79,0	79,7	82,9	85,7	87,9	89,0	94,3

Fuente: Estudios GEM nacionales.



Tabla 11.5.

Actitudes y percepciones relacionadas con el emprendimiento en algunas ciudades de América Latina.

		Bogotá	Santiago	Rio de Janeiro	Sao Paulo	Quito	Guayaquil	Caracas
Emprendedores TEA								
Género	Hombres	58,9	53,7	53,0	45,7	56,9	46,9	44,3
	Mujeres	41,1	46,3	47,0	54,3	43,1	53,1	55,7
Edad	18-24	13,6	15,9	29,6	27,8	16,7	21,9	10,0
	25 - 34	33,2	24,4	29,6	31,1	44,4	32,2	37,1
	35 - 44	26,9	25,4	20,0	25,2	19,4	25,0	34,3
	45 - 54	17,4	19,8	17,3	11,9	12,6	15,3	12,9
	55 - 64	8,9	14,5	3,5	4,0	6,9	5,6	5,7
Educación	Secundaria no completa	30,3	22,4	56,1	43,8	37,0	28,4	20,3
	Graduado de la secundaria	35,4	32,3	26,7	41,7	43,8	51,6	40,6
	Post secundaria	24,7	25,2	8,6	3,3	1,4	1,1	33,3
Nivel de Ingresos	Experiencia posterior	9,6	20,1	8,6	11,2	17,8	18,9	5,8
	33% Percentil Inferior	34,3	20,4	36,5	33,3	3,0	11,9	13,7
	33% Percentil Medio	29,0	42,4	29,2	29,8	24,2	33,3	22,7
	33% Percentil Superior	36,7	37,2	34,3	36,9	72,8	54,8	63,6
Empresarios Establecidos								
Género	Hombres	62,3	56,0	59,2	65,8	55,2	69,1	43,4
	Mujeres	37,7	44,0	40,8	34,2	44,8	30,9	56,6
Edad	18-24	8,5	2,7	6,3	6,8	5,1	5,9	1,1
	25 - 34	16,9	13,2	19,0	25,3	16,9	25,2	12,2
	35 - 44	31,5	21,4	30,3	5,0	35,6	27,4	22,6
	45 - 54	30,8	33,5	31,7	23,6	27,1	24,4	39,6
	55 - 64	12,3	29,2	12,7	16,5	15,3	17,1	24,5
Educación	Secundaria no completa	40,7	28,5	64,5	59,4	39,0	48,2	41,5
	Graduado de la secundaria	33,1	28,0	22,7	24,1	30,5	35,0	24,5
	Post secundaria	16,9	24,2	2,9	3,4	13,6	2,9	34,0
	Experiencia posterior	9,3	19,2	9,9	13,1	16,9	13,9	0,0
Nivel de Ingresos	33% Percentil Inferior	28,0	14,9	31,4	41,2	7,0	13,4	3,2
	33% Percentil Medio	37,6	44,2	32,8	21,6	20,9	33,0	19,4
	33% Percentil Superior	34,4	40,9	35,8	37,2	72,1	53,6	77,4

Fuente: Estudios GEM nacionales.

En materia de educación, la ciudad parece mostrar una distribución relativamente uniforme entre los niveles educativos que han cursado los emprendedores, al menos en comparación con las demás ciudades de América Latina examinadas en el grupo. El porcentaje de emprendedores que terminó su educación secundaria y ha tenido exposición a algún tipo de experiencia de educación después de secundaria (profesional o técnica) es relativamente alto dentro del contexto latinoamericano. Esto plantea una ventaja para Bogotá frente a otras ciudades de la región.

En cuanto a la distribución de los emprendedores según sus niveles de ingresos, Bogotá sigue un patrón

que parece común en otras ciudades latinoamericanas, donde hay más empresarios en las partes más baja y más alta de la distribución, que en la mitad. Sin embargo, la acumulación de emprendedores en los extremos no es particularmente fuerte y cabe dentro lo que podría considerarse normal en la región.

Las anteriores tendencias se pueden verificar también en el caso de los emprendedores establecidos, con la excepción de lo referente a la educación, donde hay una participación relativamente alta de empresarios que no terminaron sus estudios de secundaria. De todas maneras, ese patrón parece común en otras ciudades latinoamericanas.

**Tabla 11.6.****Diferencias entre los indicadores las ciudades seleccionadas y los países donde se ubican.**

	TEA	Oportunidad	Necesidad	Emprendedores TEA esperan crear entre 5 y 20 empleos en los próximos 5 años.	Emprendedores TEA esperan tener entre 25% y 75% de sus clientes en el exterior.
Bogotá - Colombia sin Bogotá	0,8	7,7	-9,6	6,1	3,2
Santiago - Chile sin Santiago	-2,1	-0,7	0,8	-5,9	-1,7
Rio - Brasil sin Rio ni Sao Paulo	2,3	10,9	-10,1	-2,1	-2,8
Sao Paulo - Brasil sin Rio ni Sao Paulo	4,2	6,5	-6,4	-2,6	-4,3
Quito - Ecuador sin Quito ni Guayaquil	-2,8	9,6	-11,3	6	12,1
Guayaquil - Ecuador sin Quito ni Guayaquil	-1,5	10,1	-10,5	-1	-5
Caracas - Venezuela sin Caracas	-6,1	6,5	-7,2	1,6	5,4

Finalmente, la comparación entre las ciudades y los países donde estas se ubican puede contribuir a mejorar la comprensión de las características del emprendimiento en las diferentes situaciones específicas. La tabla 11.6 muestra las diferencias entre algunos de los indicadores del estudio **GEM** en las ciudades del grupo y en sus respectivos países.

Aquí se aprecia cómo existen varias ciudades que se convierten en impulsoras del emprendimiento por oportunidad dentro de sus países, incluso cuando no

se destacan por tener tasas de actividad emprendedora particularmente altas, en relación con sus contextos nacionales. Este es el caso de Bogotá, Guayaquil y Rio de Janeiro. En Bogotá, esa relación frente al resto de su contexto nacional se fortalece al considerar los factores relacionados con las aspiraciones del emprendimiento, donde los emprendedores bogotanos presentan una notable diferencia frente a los del resto de Colombia en lo que se refiere al número de empleos que aspiran a crear y también en la participación que aspiran a lograr en los mercados internacionales.



MDM



Anexos

Anexo 1. Ficha técnica de la encuesta para Bogotá.

Nombre del estudio	Global Entrepreneurship Monitor (GEM)2009 - APS Methodology
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Encuesta telefónica usando el sistema CATI (Computer Aided Telephone Interview) – Penetración telefónica (estrato 2 al 6): 87,9% (septiembre de 2008)
Fecha de campo	20 noviembre – 7 diciembre de 2009
Perfil del informante	Población adulta entre 18 y 64 años, residente en la ciudad de Bogotá
Selección del informante	Listado de mujeres y/o hombres que conforman el hogar y selección aleatoria, con base en el número de miembros del hogar del género
Universo	Hogares con teléfono: 439.572 - Fuente: Encuesta General de Medios (EGM) 2009
Número de encuestas:	Estrato 2: 591 ; estrato 3: 632 ; estrato 4: 216 ; estrato 5: 78 ; estrato 6: 62
Muestra	1579 y 421 del Estudio Global Colombia = 2.000 encuestas
Estadísticas de población	Población adulta: 3.141.717 = mujeres:1.492.263 / hombres: 1.649.454
Tasa de respuesta:	Alrededor del 60% estuvo de acuerdo en responder la encuesta
Número de contactos	Cinco (5) reintentos para contactar al encuestado seleccionado

Fuente: Centro Nacional de Consultoría.

Porcentaje de hogares con teléfono en Bogotá

	Estrato				
Ciudad	2	3	4	5	6
Bogotá	70,6%	75,0%	95,0%	99,0%	100,0%
Penetración telefónica promedio	87,9%				

Fuente: Encuesta General de Medios 2009.



Anexo 2. Glosario de los principales términos e indicadores del Global Entrepreneurship Monitor - GEM -

Indicador	Descripción
ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRESARIALES	
Percepción de Oportunidades	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que identifica buenas oportunidades para empezar una empresa en el área donde ellos viven
Percepción de Capacidades	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que creen tener las habilidades y los conocimientos requeridos para comenzar una empresa.
Tasa de Temor al Fracaso	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que con una oportunidad percibida dejarían de realizarla por temor a fracasar.
Emprendedores potenciales	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que no están involucrados en proceso empresariales y que intentarían comenzar una empresa en los próximos tres años
Creación de Empresa como una carrera deseable	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años quienes están de acuerdo con el enunciado de que la mayoría de persona en su país considera la creación de empresa como una carrera deseable.
Reconocimiento de estatus a la creación de empresa	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están de acuerdo con el enunciado de que en su país los empresarios exitosos son reconocidos y tienen alto estatus.
Atención de los medios a los empresarios	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que está de acuerdo con el enunciado de que en su país con frecuencia se presentan en los medios, noticias sobre nuevas empresas y empresarios exitosos.
ACTIVIDAD EMPRESARIAL	
Tasa de emprendedores nacientes	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que es actualmente un empresario naciente, o sea que está activamente comprometido en establecimiento de una empresa de la cual es propietario o copropietario, y que no ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de pago a los dueños por más de tres meses.
Tasa de nuevos empresarios	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son actualmente los propietarios y los directores de una empresa que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro pago a los propietarios por un periodo que va de los 3 a los 42 meses.
Nivel de nueva actividad emprendedora (TEA)	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son o empresarios nacientes o nuevos empresarios.
Tasa de empresarios establecidos	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son propietarios y directivos de una empresa establecida, que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de pago a sus propietarios por más de 42 meses.
Tasa de Cierre de empresas	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que en los últimos 12 meses ha discontinuado una empresa, bien sea por venderla, cerrarla, reubicarla o cualquier otro mecanismo que lleve a la separación de él de la empresa NOTA: Este no es un indicador de falla de las empresas.
Actividad empresarial, motivada por necesidad	Porcentaje de aquellos que están en nueva actividad empresarial y que acogieron este camino por que no tenían otras opciones de trabajo.
Actividad empresarial, motivada por oportunidad	Porcentaje de aquellos involucrados en nuevas actividades empresariales y que acogieron este camino, porque identificaron una oportunidad, o porque creyeron que con la oportunidad sería independientes o incrementarían su ingreso.
ASPIRACIONES EMPRESARIALES	
Actividad empresarial temprana, con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje nuevos empresarios que esperan generar al menos 20 puestos de trabajo en los próximos años
Actividad empresarial temprana con	Porcentaje de nuevos empresarios que esperan generar al menos 5 puestos de trabajo en los próximos años. medianas expectativas de crecimiento.
Actividad empresarial temprana orientada a nuevos productos y mercados	Porcentaje de nuevos empresarios que indican que indican que sus productos o servicios son nuevos para algunos clientes e indican que no tienen muchos competidores que ofrezcan el mismo servicio o producto. Nota: Medida débil: El producto es nuevo o no hay muchas empresas que ofrezcan el mismo producto o servicio.
Actividad empresarial orientada internacionalmente	Porcentaje de nuevos empresarios que tienen más del 25% de sus clientes en otros países. Medida débil: más del 1% de los clientes están en otros países.



Anexo 3. Actividades empresariales en las 55 economías GEM, 2009.

	Tasa de emprendedores nacientes	Tasa de nuevos empresarios	Nueva Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa de Empresarios establecidos	Cese de Actividades	Impulsados por oportunidad (%TEA)	Impulsados por necesidad (%TEA)	Impulsados por otro motivo (%TEA)
Economías Impulsadas por Factores								
Argelia	11.3	5.6	16.7	4.7	7.9	73.0	18.5	8.5
Guatemala	17.1	12.2	26.8	3.3	6.0	75.2	23.2	1.6
Jamaica	13.0	10.6	22.7	16.3	10.7	65.3	33.3	1.4
Líbano	6.7	8.8	15.0	16.0	4.6	76.5	17.8	5.7
Marruecos	6.9	9.4	15.8	15.2	3.7	74.3	25.3	0.4
Arabia Saudita	2.9	1.9	4.7	4.1	2.9	85.4	11.8	2.8
Siria	3.4	5.1	8.5	6.7	7.4	60.3	36.9	2.8
Tonga	6.5	11.1	17.4	2.3	3.6	61.3	33.1	5.6
Uganda	12.4	22.7	33.6	21.9	24.2	54.8	44.8	0.4
Venezuela	13.3	5.4	18.7	6.5	3.0	66.9	32.3	0.8
Franja de Gaza y Cisjordania	3.0	5.9	8.6	6.9	7.1	61.7	37.1	1.2
Yemen	22.8	1.2	24.0	2.9	2.0	56.0	34.7	9.3
Promedio Economías Factores	9.9	8.3	17.7	8.9	6.9	67.6	29.1	3.4
Economías Impulsadas por Eficiencia								
Argentina	6.1	9.3	14.7	13.5	6.2	49.9	46.7	3.4
Bogotá	14.9	8.5	22.85	7.7	5.8	69.2	28.9	1.9
Bosnia y Herzegovina	3.1	1.3	4.4	3.9	3.1	60.7	38.8	0.5
Brasil	5.8	9.8	15.3	11.8	4.0	61.3	38.7	0.0
Chile	9.6	5.6	14.9	6.7	6.4	73.3	25.2	1.5
China	7.4	11.8	18.8	17.2	6.6	49.7	48.0	2.3
Colombia	15.0	8.0	22.4	12.6	7.1	64.8	34.3	0.9
Croacia	3.5	2.2	5.6	4.8	3.9	53.9	37.3	8.8
República Dominicana	8.8	9.2	17.5	11.4	12.9	65.3	34.0	0.7
Ecuador	6.3	9.7	15.8	16.1	6.0	67.6	32.4	0.0
Hungría	5.4	3.7	9.1	6.7	3.2	71.2	24.5	4.3
Irán	8.2	4.1	12.0	6.5	6.0	59.2	34.9	5.9
Jordania	5.9	4.9	10.2	5.3	6.8	59.4	28.2	12.4
Letonia	5.3	5.4	10.5	9.0	3.3	66.4	31.8	1.8
Malasia	1.7	2.7	4.4	4.3	2.7	73.7	25.2	1.1
Panamá	6.2	3.5	9.6	4.2	1.4	75.8	23.7	0.5
Perú	16.1	5.1	20.9	7.5	7.1	70.1	27.9	2.0
Rumania	2.8	2.3	5.0	3.4	3.6	55.0	34.1	10.9
Rusia	1.8	2.3	3.9	2.3	2.2	67.8	28.9	3.3
Serbia	2.2	2.8	4.9	10.1	1.9	51.0	41.4	7.6
Shenzen	2.2	2.6	4.8	1.56	3.5	78.1	20.8	1.1
Sudáfrica	3.6	2.5	5.9	1.4	4.2	63.7	32.6	3.7
Túnez	2.2	7.2	9.4	10.2	4.8	69.9	20.0	10.1
Uruguay	8.1	4.2	12.2	5.9	4.9	74.4	21.8	3.8
Promedio Economías Eficiencia	6.1	5.3	11.2	7.9	4.9	64.6	31.7	3.7
Economías Impulsadas por Innovación								
Bélgica	2.0	1.6	3.5	2.5	1.3	80.9	9.1	10.0
Dinamarca	1.6	2.0	3.6	4.7	1.1	86.5	7.1	6.4
Finlandia	2.9	2.3	5.2	8.5	2.1	74.5	19.3	6.2
Francia	3.1	1.4	4.3	3.2	1.9	77.7	13.6	8.7
Alemania	2.2	2.1	4.1	5.1	1.8	61.7	31.5	6.8
Grecia	4.5	4.7	8.8	15.1	2.6	72.7	26.3	1.0
Hong Kong	1.6	2.2	3.6	2.9	1.5	69.2	18.7	12.1
Islandia	7.6	4.2	11.4	8.9	4.0	80.1	10.2	9.7
Israel	3.4	2.7	6.1	4.3	4.0	67.4	24.9	7.7
Italia	1.8	1.9	3.7	5.8	1.1	79.8	14.5	5.7
Japón	1.9	1.3	3.3	7.8	1.4	67.2	29.4	3.4
Corea	2.7	4.4	7.0	11.8	3.9	52.5	44.7	2.8
Holanda	3.1	4.1	7.2	8.1	2.5	69.7	10.4	19.9



	Tasa de emprendedores nacientes	Tasa de nuevos empresarios	Nueva Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa de Empresarios establecidos	Cese de Actividades	Impulsados por oportunidad (%TEA)	Impulsados por necesidad (%TEA)	Impulsados por otro motivo (%TEA)
Noruega	5.0	3.9	8.5	8.3	3.7	85.6	9.1	5.3
Eslovenia	3.2	2.1	5.4	5.6	1.3	88.2	9.5	2.3
España	2.3	2.8	5.1	6.4	2.0	80.2	15.7	4.1
Suiza	4.3	3.5	7.7	8.4	2.1	89.8	6.6	3.6
Reino Unido	2.7	3.2	5.7	6.1	2.1	77.0	17.1	5.9
Emiratos Árabes Unidos	6.5	7.4	13.3	5.7	6.5	90.0	8.7	1.3
Estados Unidos	4.9	3.2	8.0	5.9	3.4	69.2	23.2	7.6
Promedio Economías Innovación	3.4	3.1	6.3	6.8	2.5	76.0	17.5	6.5

Anexo 4. Equipos GEM Nacionales y Sub-nacionales 2009 – 2010

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Argentina (Argentina)	Center for Entrepreneurship, IAE Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Leticia Arcucci Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Business School, Universidad Austral Banco Santander Río Subsecretaría de Desarrollo Económico, Ministerio de Desarrollo Económico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Prosperar, Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones	MORI Argentina
Belgium (Bélgica)	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Policy Research Centre Entrepreneurship and International Entrepreneurship, Flemish Government	TNS Dimarso
Bogotá (Bogotá)	Universidad de los Andes	Rafael Augusto Vesga Raúl Fernando Quiroga Marín Mauricio Molina Juan Carlos Rodríguez Luis Fernando Chavarro Ricardo Ayala José Ramón Ortigón	Universidad de los Andes Cámara de Comercio de Bogotá	Centro Nacional de Consultoría
Bosnia and Herzegovina (Bosnia y Herzegovina)	Entrepreneurship Development Centre Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanic Rasim Julumović Boris Cirković Senad Fazlović Admir Nuković Esmir Spahić Sladana Simić Mirela Arifović	Municipality of Tuzla Government of Tuzla Canton Foundation of Tuzla Community	PULS BH d.o.o. Sarajevo
Brazil (Brasil)	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Serviço Social da Indústria - Sesi / PR	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
Chile (Chile)	Universidad del Desarrollo Universidad Adolfo Ibáñez Univ. de Tarapacá	José Ernesto Amorós Daniela Ortega Germán Echecopar Carla Bustamante Vešna Karmelic Roberto Gamboa Aguilar Hernando Bustos Andreu Dante Choque Cáceres Gianni Romani Miguel Atienza	InnovaChile de CORFO ICARE Área Emprendimiento, Liderazgo y TIC's de la Universidad de Tarapacá	Opina S.A.
Arica y Parinacota				
Antofagasta	Univ. Católica del Norte		Universidad Católica del Norte, DGIP, Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo, Universidad Católica del Norte, DGIP, Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo, Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María, El Mercurio de Valparaíso, UDD-Facultad de Economía y Negocios.	
Coquimbo	Univ. Católica del Norte	Karla Soria		
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Jorge Cea Valencia Juan Tapia		
Bío-Bío	Univ. del Desarrollo	Carlos Smith José Ernesto Amorós Daniela Ortega Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Bórquez Franklin Valdebenito	Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de La Frontera	
Araucanía	Univ. de la Frontera – INCUBATEC			
China and Shenzhen (China y Shenzhen)	Tsinghua University SEM Universidad ICESI	Jian Gao Lan Qin	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.



Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Colombia (Colombia)	Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad de los Andes	Rodrigo Varela V. Luis Miguel Alvarez Alba Tatiana Peña Juan David Soler Liyis Gomez Piedad Martinez Carazo Fernando Pereira Alberto Arias Raúl Fernando Quiroga Rafael Augusto Vesga Diana Carolina Vesga	Universidad de los Andes Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Fundacion Corona	Centro Nacional de Consultoría
Croatia (Croacia)	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Denmark (Dinamarca)	University of Southern Denmark	Thomas Schött Torben Bager Hannes Ottassen Lars Hulgård Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Roger Spear Linda Andersen Majbritt Rostgaard Evald Suna Løve Nielsen	IDEA – International Danish Entrepreneurship Academy RUC – Roskilde University Centre, Center for Social Entrepreneurship IIIP	Institute for Business Cycle Analysis
Dominican Republic (República Dominicana)	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Maribel K. Justo Alina Bello	Grupo Vicini International Financial Centre of the Americas Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana
Ecuador (Ecuador)	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
Finland (Finlandia)	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
France (Francia)	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Germany (Alemania)	Leibniz University of Hannover and Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Rolf Sternberg Udo Brix Christian Hundt	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
Greece (Grecia)	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Isakanikas Stelina Chatzichristou Evaggelia Valavanioti	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA
Guatemala (Guatemala)	Francisco Marroquín University	Hugo Maul Jershem David Casasola Lisardo Bolaños Georgina Tunarosa	Francisco Marroquín University	Pablo Pastor
Hong Kong (Hong Kong)	The Chinese University of Hong Kong	Hugh Thomas Kevin Au Louis Leung Mingles Itoi Bernard Suen Wilton Chau Florence Ho Rosanna Lo Le Zheng Wang Weili	Shenzhen Academy of Social Sciences Hong Kong Business Intermediary Co. Ltd.	Consumer Search
Hungary (Hungria)	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Attila Varga József Ulbert Zoltan J. Acs Siri Terjesen Gábor Márkus Péter Szirmai Attila Petheő Katalin Szakács	National Office for Research and Technology George Mason University University of Pécs, Faculty of Business and Economics	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
Iceland (Islandia)	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University	Capacent Gallup
Iran (Irán)	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nazameddin Faghih A. A. Mopsavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordmaji Jahangir Yadollahi Farsi M.Ahamdipour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali
Israel (Israel)	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yaash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Dov Barak	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev Sami Shamoon College of Engineering Rotem Park NGO for Entrepreneurship Encouragement	The Brandman Institute



Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Italy (Italia)	EntER - Bocconi University	Guido Corbetta Giovanni Valentini	Atradius Ernst & Young	Target Research
Jamaica (Jamaica)	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Vanetta Skeete Horace Williams	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Cashmere International Limited
Japan (Japón)	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co., Ltd (SSRI)
Korea (Corea)	Jinju National University	Sung-sik Bohn Sang-pyo Kim Kyoung-mo Song Dong-whan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
Latvia (Letonia)	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Alf Vanags Anders Paalzow Vyacheslav Dombrovsky Arnis Sakka	TeliaSonera AB	SKDS
Malaysia (Malasia)	University Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Dewi Amat Sapuan Ainon Jauhariyah Abu Samah Leilanie Mohd Nor Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat
Middle East and North Africa (Oriente Medio y África del Norte)	International Development Research Centre (IDRC)	Lois Stevenson Susan Joekes Edgard Rodriguez Abderrahmane Abedou Ahmed Bouyacoub Hala Hattab Matthias Hühn Tony Feghali Yusuf Sidani Ghassan Omet Adel Bino Mohamed Derrabi Lamia Dandoune Taha Ahmed Al Fusaifi Abdul Karim Sayaghi Yousef Daoud Tareq Sadeq Alqa Tartir Ruba Adil. Shanti	International Development Research Centre (IDRC)	Nielsen
Netherlands (Holanda)	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Chantal Hartog Niels Bosma Roy Thuriik André van Stel Ingrid Verheul Philipp Koellinger Peter van der Zwan	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus
Norway (Noruega)	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erland Bullvaag Bjorn Willy Aamo Eirik Pedersen Terje Mathisen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Kunnskapsparken Bodo AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodo Graduate School of Business	TNS Gallup
Panama (Panamá)	Acelerador de Empresas de Ciudad del Saber IESA Panamá – Fundación de Estudios Avanzados de Gerencia	Federico Fernandez Manuel Lorenzo Manuel Arracha Michael Penfold	Cámara de Comercio e Industrias de Panamá Cable & Wireless Panamá APC - Asociación Panameña de Crédito Almacenajes, S.A. Banco Interamericano de Desarrollo	IPSOS
Peru (Perú)	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen
Romania (Rumania)	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Györfy Lehel-Zoltán Matiş Dumitru Nagy Agnes Pete Stefan Szerb László Mircea Comşa Ilieş Liviu Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Juhász Jácint Matiş Eugenia Nagy Zsuzsánna-Ágnes Alina Solovăstru Mircea Solovăstru	Asociația Pro Oeconomică Babes-Bolyai University, Faculty Of Economics And Business Administration OTP Bank Romania SA East Consulting SRL Lacu Roşu SC Nova Construct SRL Savilcom SRL	Metro Media Transilvania
Russia (Rusia)	Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Olga Verhovskaya Maria Dorokhina Alexander Chepurenko Olga Obraztsova Maria Gabelko Tatiana Alimova Julia Filatova Kate Murzacheva	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University State University - Higher School of Economics Ministry of Economic Development of Russian Federation	Levada-Center



Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Saudi Arabia (Arabia Saudita)	The National Entrepreneurship Center Alfaisal University	Munira A. Al-Ghamdi Maher Alodan Faisal A. Al-Kadi Norman Wright Sulaiman AL Sakran Mohammad S Khorsheed	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSOS
Serbia (Serbia)	University of Novi Sad - The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Nenad Vunjak Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province - Department for Economy	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica
Slovenia (Eslovenia)	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik Katja Crnogač	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS
South Africa (Sudáfrica)	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South African Cooperation Initiative Standard Bank of South Africa Small Enterprise Development Agency	Nielsen South Africa
Spain (España)	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Isabel Gonzalez Cristina Cruz Rachida Justo	DGPYMES Fundación Cultural Banesto Fundación Incyde IE Business School	Instituto Opinómetro S.L.
Regional Teams: Andalucía Asturias Aragón	Regional Universities: Cádiz Univ. De Oviedo Univ. de Zaragoza	Regional Team Directors: José Ruiz Navarro Juan Ventura Victoria Lucio Fuentelsaz	Junta de Andalucía Unicaja Gov. del Principado de Asturias Gov. de Aragón Dpto. Industria, Comercio y Turismo Fundación Emprender en Aragón Instituto Aragones Fomento Consejo Aragones Cámaras de Comercio. Caja Canarias Gobierno de Canarias, Promoción Económica y Servicio de Empleo. Fondo Social Europeo Cámara Comercio, Industria y Navegación de las Palmas Cabildo de Gran Canaria	
Canary I.	Las Palmas & La Laguna Univ.	Rosa M. Batista Canino	Santander Gov. Regional Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda. Grupo Sordecan Fundación UCEIF Junta Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centro Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León. Universidad de León Fundación Rayet Parque Científico de Albacete Caja Castilla La Mancha IMPEFE Ayuntamiento de Albacete Univ. Castilla la Mancha. Diputación Provincial Albacete SEPECAM UGT (Iniciativas Futuro) Diputación de Barcelona Departamento de Trabajo. Generalitat de Catalunya Air Nostrum IMPIVA Junta Extremadura Univ. Extremadura Central Nuclear Almaraz Sodiex, Sofiex Arram Consultores, CCOO U.R. Extremadura, Urvicasa Caja Rural de Extremadura, Policrisa Fundación Academica Europea de Yuste. Grupo Alfonso Gallardo Infostock Europa Extremadura Cámara Comercio Badajoz y Cámara Comercio Cáceres. UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Quesería Pérez Andrada, Fomento Emprendedores. Confederación Empresarios Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Univ. Santiago Compostela	
Cantabria	Univ. De Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria.	Fco. Javier Martínez		
Castilla y León	Univ. De León	Mariano Nieto Antolín		
Castilla la Mancha	Univ. Castilla la Mancha	Miguel Ángel Galindo		
Catalonia	Autónoma de Barcelona	Carlos Gualarte		
C. Valenciana	Univ. Miguel Hernández	José Mº Gómez Gras		
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Univ. De Extremadura	Ricardo Hernández		
Galicia	CEEI Galicia CEG Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Univ. Santiago Compostela Dirección Xeral do Emprego de la Xunta de Galicia.	Araceli de Lucas		
Madrid	Autónoma de Madrid		IMADE Fundación General Univ. Autónoma de Madrid. Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación	
Murcia	Univ. de Murcia	Eduardo Bueno Antonio Aragón	Instituto Fomento región de Murcia. Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia Univ. Murcia Gov. Navarra, Servicio Navarro de Empleo.	



Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsors	APS Vendor
Navarra	Univ. Pública de Navarra Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Servicio Navarro de Empleo. Orkestra Univ. Deusto Univ. Basque Country Univ. Mondragón.	Miren Sanz	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral Alava Diputación Foral Bizkaia Diputación Foral Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla PROCESA Fundación Escuela Negocios Andalucía Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios Andalucía.	
Basque Country	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Iñaki Peña		
Ceuta		Lázaro Rodríguez		
Melilla		Lázaro Rodriguez		
Switzerland (Suiza)	School of Business Administration (SBA Fribourg)	Rico J. Baldegger Andreas A. Brühlhart Mathias J. Rossi Etienne Rumo Patrick E. Schüffel Thomas Straub Muriel Berger	KTI /CTI	DemoSCOPE
Syria (Siria)	Syria Trust for Development Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA) University of Kalamoun	Majd Haddad Nader Kabbani Yamama Al-Oraibi Leen Al Habash Abdulsalam Haykal Hani Tarabichi	IDRC Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA) Syria Trust for Development	Nielsen / Acumen
Kingdom of Tonga (Reino de Tonga)	UNITEC	Robert Davis Malama Solomona Asoka Gunaratne Stephen Cox Judith King Howard Frederick Stephen Haslett Tania Wolgramm	AusAID	Creatrix International / Kaha'u Tonga
Tunisia (Túnez)	Institut des Hautes Etudes Commerciales - Sousse	Faysal Mansouri Lofli Belkacem	GTZ – Programme d'Appui à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation	Optima
Uganda (Uganda)	Makerere University Business School (MUBS)	Arthur Sserwanga Rebecca Namatovu-Dawa Sarah Kyejusa Laura Orobica Peter Rosa Waswa Balunywa	Makerere University Business School Bank of Uganda Mohammed Bin Rashid Establishment for SME Development	Makerere University Business School
United Arab Emirates (Emiratos Arabes Unidos)	Zayed University	Declan McCrohan Murat Eroglu Nico Vellinga Qingxia Tong Maitha Qurwash	Khalifa Fund to Support and Develop Small and Medium Enterprises	IPSOS
United Kingdom (Reino Unido)	Aston University	Jonathan Levie Mark Hart Erkko Autio Liz Blackford Michael Anyadike-Danes Alpheus Thomole Aloña Martiarena Mohammed Shamsul Kharim Yasser Bhatti	Department of Business, Innovation and Skills English RDAs Invest NI Welsh Assembly Government Enterprise UK PRIME Birmingham City Council Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.
United States (Estados Unidos)	Babson College	Julio de Castro Lisa DiCarlo Abdul Ali I. Elaine Allen Bill Bygrave Candida Brush Julian Lange Marcia Cole Ivory Phinisee Al Suhu Edward Rogoff Joseph Onochie Monica Dean	Babson College Baruch College	OpinionSearch Inc.
Uruguay (Uruguay)	University of Montevideo	Leonardo Veiga Fernando Borraz Pablo Regent Adrián Edelman Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	University of Montevideo	Equipos Mori
Venezuela (Venezuela)	IESA – Centro de Emprendedores	Federico Fernandez Rebeca Vidal Aramis Rodriguez Nunzia Auletta	Merchantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energía Venezuela	Datanalisis
GEM Global Coordination Team		Kristie Seawright Mick Hancock Yana Litovsky Chris Aylett Jackline Odach Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras		



Acerca del equipo GEM Bogotá



Universidad de los Andes, Facultad de Administración

La Facultad de Administración de la Universidad de los Andes (UASM por sus siglas en inglés) fue fundada en el año de 1972. Gracias a su excelencia académica, sus investigaciones, publicaciones y fuertes relaciones con diversas organizaciones, la Facultad es actualmente reconocida como una de las mejores escuelas de negocios en América Latina. En el 2009, el MBA de la UASM ocupó el cuarto puesto en el ranking de las mejores escuelas de Administración de América Latina realizado por la revista AméricaEconomía. Adicionalmente, su programa de educación ejecutiva se ubicó dentro de los 60 mejores Programas Abiertos de Educación Ejecutiva a nivel mundial, según el ranking del *Financial Times* de 2010.

La excelencia y altos estándares de calidad le han permitido obtener importantes reconocimientos en educación en administración. A nivel nacional, el programa de Pregrado cuenta con la máxima acreditación de alta calidad del CNA (Comisión Nacional de Acreditación). A nivel internacional, ha obtenido la acreditación de EQUIS (European Quality Improvement System), de AMBA (Association of MBAs) y de AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business). Estas tres acreditaciones, conocidas también como “la triple corona”, son consideradas como las credenciales de mayor importancia y reconocimiento, lo que ubica a la Facultad a la altura de las más prestigiosas escuelas de negocios del mundo.



En el área de emprendimiento, la UASM lidera proyectos de investigación de gran impacto en la política económica y empresarial del país, como la realización del Informe *Doing Business* 2009 en asocio con el Banco Mundial, el programa STEP (*Successful Transgenerational Entrepreneurship Practices*) de BABSON enfocado a la realización de casos de empresas familiares y el Informe del **GEM** Colombia y el **GEM** Bogotá. Asimismo, ha diseñado un proceso estratégico que acompaña al emprendedor en la formulación de la idea (cursos en pregrado y maestría en emprendimiento e innovación), pasando por el start-up (modelo de business plan, concursos internos, nacionales e internacionales), el aceleramiento (programas como New Ventures, ruedas de Ángeles Inversionistas), consolidación (gestión estratégica para el crecimiento empresarial rentable y sostenible – red de desarrollo integrado RDI) y el crecimiento (modelo de pyme gacela).



Cámara de Comercio de Bogotá Centro de Emprendimiento

El Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende fue creado en el año 2006 como estrategia de ciudad para fomentar el emprendimiento en cabeza de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía Mayor de Bogotá. El papel que cumple la Alcaldía es el de hacer aportes técnicos en cuanto a definición de los contenidos, servicios y actividades, propuestas de lineamientos y vigilancia de cumplimiento de los objetivos. Por su parte la Cámara de Comercio de Bogotá participa también en las definiciones estratégicas y Técnicas y es la encargada de la operación del programa.

El objetivo general del programa es brindar servicios con calidad y oportunidad para la creación, formalización, crecimiento y consolidación de empresas sostenibles que contribuyan a generar empleo y desarrollo económico para mejorar la calidad de vida de los Bogotanos. El programa cuenta con tres centros de prestación de los servicios, ubicados en los sectores de Salitre, Kennedy y Chapinero. En sus primeros cuatro años de Gestión, el Centro de Emprendimiento ha apoyado más de 900 mil emprendedores y empresarios en su proceso empresarial, mediante servicios presenciales y virtuales. De igual modo, ha logrado apoyar la creación de más de 7 mil empresas, la ampliación de sus redes de contacto a más de 5 mil empresarios, la participación en ferias y más de 3 mil misiones, con expectativas de negocios por montos superiores a los 79 mil millones.



Dirección de Estudios e Investigaciones

La Dirección de Estudios e Investigaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá, genera información y conocimiento de Bogotá y Cundinamarca relacionada con el desempeño y dinámica de las actividades productivas, el comportamiento empresarial, los avances de Bogotá en comparación con las principales ciudades de América Latina como destino para invertir y hacer negocios, el comercio exterior, las características del empleo y del mercado de trabajo, la situación de las finanzas y de la gestión pública y en general, sobre las condiciones del entorno para los negocios y la calidad de vida, con las cuales contribuye a orientar las políticas y acciones públicas y privadas para gestionar los temas estratégicos que le permitan a Bogotá y Cundinamarca convertirse en una de las cinco regiones más atractivas para la inversión y con mejor calidad de vida en América Latina.

Los trabajos de la dirección de estudios e investigaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá, son fuente de referencia en los temas para el desarrollo de la ciudad, por su aporte a la construcción colectiva de información y conocimiento para los empresarios, las autoridades, los investigadores y la comunidad en general.

Mayores informes

www.bogotaemprende.com

www.ccb.org.co/contenido/categoria.aspx?catID=393



PRESTAMO DE PUBLICACIONES

FECHA DE VENCIMIENTO

GCS-F-003

Julio/2006

27 Octubre

RF

CHEB

Este
libro se terminó
de imprimir y encu-
adernar en julio de 2010
en Bogotá, D.C., Colombia.
Se compuso en caracteres
Futura de cuerpo 10 puntos.



GEM

